الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة منتوري – قسنطينة

كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير
قسم : العلوم الإقتصادية
فرع : بنوك وتأمينات
رقم التسجيل :..................

الإتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في البنوك والتأمينات

إعداد الطالبة :
ميهوب سماح

تحت إشراف :
الدكتور: محمود سحنون

لجنة المناقشة :

د.أ/ **عبد العزيز شرابي**	رئيسا	جامعة منتوري – قسنطينة
د/**محمود سحنون**	مشرفا ومقررا	جامعة منتوري - قسنطينة
د/**عبد الحق بوعتروس**	عضوا مناقشا	جامعة منتوري - قسنطينة
د/**محفوظ جبار**	عضوا مناقشا	جامعة فرحات عباس –سطيف

السنة الجامعية: 2004 /2005

بسم الله الرحمن الرحيم

مقدمة :

تعتبر الخدمات المصرفية أحد أهم الأنشطة الإقتصادية في أي دولة، إذ أن درجة الطلب عليها تدل على درجة التقدم الاقتصادي للبلد، أما عرضها فهو يعمل على تحقيق رفاهية المجتمع، لذا نجد النشاط المصرفي يتأثر بالتطورات الاقتصادية المختلفة، حيث انتقلت البنوك من تقديم خدمات تقليدية محصورة في الإيداع و الإقراض الى اقتحام مجالات متعددة في تقديم خدماتها المصرفية وغير المصرفية، كما أن تقديم هذه الأخيرة لم يعد يستفيد من حماية الدولة فلقد أصبح السوق هو المسؤول عن تحديد نوعية التوجهات البنكية في مجال تقديم الخدمة المصرفية، ويعتبر هذا التطور الذي شهدته المنظومة البنكية ضرورة فرضتها التغيرات الاقتصادية المختلفة خاصة العولمة والتطورات التكنولوجيا في مجال الإعلام والاتصال، وبالتالي على البنوك مواجهة هذا التطور السريع بنجاح مع مراعاة رغبات الأطراف الأربعة التي تؤثر وتتأثر بنشاط البنك التجاري، والمتمثلة في الوحدات ذات الفائض، الوحدات ذات العجز، مالكو البنك (المساهمون) والجهة المنظمة لنشاط المصرف (البنك المركزي).

إذن فلا يعتبر عرض البنك لخدماته لوحدات ذات الفائض أمر كاف بل ينبغي تقديم عائد مجزي لها بهدف الوقوف في وجه المنافسة الشرسة، كما أنه يتوجب عليه الأخذ بعين الاعتبار العائد المدفوع لها والذي يعتبر تكلفة بالنسبة له، لذا على مسير البنك أن يكون حذر في تقديره حتى لا يعرض البنك لمخاطر قد تؤدي الى إفلاسه .

أما إذا نظرنا الى الوحدات ذات العجز فهي تبحث عن أقل تكلفة ممكنة، ومن المعروف أن هذه الأخيرة تعتبر عائد للبنك وبالتالي كلما كانت أقل كان العائد كذلك، لذا على البنك إ تباع سياسات محكمة لزيادة من العائد وفي نفس الوقت الحفاظ على زبائنه. بالإضافة الى كل ذلك ينبغي على البنك مراعاة رغبات مالكيه من خلال تحقيق عائد مجزي من تقديمه للخدمات المختلفة، ولا يمكن اعتبار تلبية رغبات الفئات الثلاث أمر كاف بل على البنك وضع متطلبات الجهة المشرفة على تنظيم عمل المصرف في الحسبان، من خلال احترم القوانيين التي تضعها لحماية البنك من المخاطر المختلفة .

إن تحقيق رغبات الأطراف الأربعة من الأمور الصعبة التي تواجه مسير البنك خاصة وأن العمل المصرفي لم يعد حكرا فقط على البنوك، بل هناك العديد من المؤسسات المالية غير المصرفية التي حولت جانب كبير من نشاطها نحو تقديم خدمات مصرفية كان البنك ينفرد بتقديمها، وهذا لأنها أصبحت ترى في أعمال البنوك مجالا مربحا لها، مما ضيق من مجال عمل البنك التجاري وزاد في المخاطر كما خفض العائد المحقق من الخدمة المقدمة، الأمر الذي دفع البنوك الى استعمال جهود إضافية في إستغلال النشاطات المربحة بطريقة عقلانية من خلال اقتحام مجالات جديدة ومحاولة

البحث في طرق تسهل التعامل المصرفي وتطور التبادل من خلال التنبؤ بكافة العناصر التـي تـؤثر على العمل المصرفي بشكل فعال، بالإضافة الى البحث المستمر عن المشاريع وخاصـة التكنولوجيـا منها لتكييف المنتوجات المصرفية مع متطلبات الزبائن و إستعمال أحدث الأسـاليب والتقنيـات التـي تساعد على جذب العملاء وتقلل من المخاطر التي يتعرض لها البنك كما تساعد علـى تحسـين الأداء البنكي من أجل التأقلم مع التغيرات المعاصرة ومواكبتها، وهذا ما عملت عليـه البنـوك مـن خـلال اقتحامها مجالات غير مصرفية وذلك بإعادة تنظيم نفسها في شكل شركات قابضة تنشئ شركات شقيقة تضطلع بالمهام التي يحرم القانون على البنك القيام بها، كما عملت البنوك في إطـار سياسـة تقريـب الخدمة من العميل على إدخال القنوات الاتصال المختلفة في تقديم خـدماتها وكـذا إدخـال التقنيـات الالكترونية في تأديتها وهذا لأجل التأقلم مع الاقتصاد الجديد المعروف بالاقتصاد الرقمي الذي يتميـز بالعمل في بيئة إلكترونية، ولأجل تحقيق أهداف البنك والمحافظة على مكانته في ظل هـذه التغيـرات عمل على إتباع العديد من الاتجاهات في مجال تقديم الخدمات المصرفية .

والسؤال الذي يمثل إشكالية الموضوع هو:

- ما هي أهم التوجهات الحديثة التي إتبعتها البنوك في تقديم خدماتها المصرفية ؟

و هذا السؤال يقودنا الى أسئلة فرعية لأجل التعرف أكثر على هذه الأخيرة يمكن تلخيصها فيما يلي :

- ما هي الأساليب والطرق الحديثة التي إتبعتها البنوك في توجيه خدماتها المصـرفية لتكـون ملبيـة لحاجات المتعاملين مع البنك ؟

- ما هو أثر التوجهات الحديثة للبنوك على الخدمة المصرفية وعلى البنك ككل؟.

وللإجابة على هذه التساؤلات والوصول إلى الأهداف المرجوة من البحث فإننا سنتبع الخطة التالية :

- يضم البحث أربع فصول، الثلاثة الأولى تمثل الجانب النظري أما الرابع يمثـل الجانـب التطبيقـي حيث سنعرض في الفصول النظرية نظرة مبسطة عن الموضوع، إذ أننا سنتناول في هذه الفصـول ما يلي :

- **الفصل الأول** : سنتطرق فيه إلى الخدمات التقليدية التي تقدمها البنوك التجارية باعتبارها أسـاس الخدمات الحديثة.

- **الفصل الثاني** : سنعرض فيه أهم الإتجاهات الحديثة التي اتبعتهـا البنـوك فـي تقـديم خـدماتها المصرفية وذلك بالتطرق الى اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المصرفية وأثرها على هذه الأخيرة، ثـم بعد ذلك نعرض أهم المجالات الحديثة التي اقتحمتها البنوك في تقـديم خـدماتها المختلفـة، وتقودنـا الدراسة الى معرفة الاستراتيجيات التسويقية الحديثة التي اتبعتها في ذلك .

- **الفصل الثالث** : سنتناول فيه الخدمات المصرفية الالكترونية، حيث نبدأ بعرض أهم قنوات توزيع الخدمة المصرفية عن بعد مركزين الدراسة على الانترنيت باعتباره أهم قناة، بعد ذلك نتعرف على بعض الخدمات الالكترونية يليها التطرق الى أدوات الدفع الالكترونية مركزين الدراسة على النقود الالكترونية باعتبارها أحدث أدوات الدفع المستعملة من طرف البنوك .

- **الفصل الرابع** : يمثل هذا الفصل الجانب التطبيقي للبحث، حيث سنعرض فيه حالة بنك القرض الفلاحي الفرنسي كمثال لمعرفة التوجهات الحديثة للخدمات المصرفية .

وتم إختيار هذا البنك لأنه يقدم أغلب الخدمات المصرفية الحديثة التي سنعرضها في الفصول النظرية، كما أنه بدأ في الاتجاه نحو الاقتصاد الرقمي والتطورات الحديثة التي شهدها النشاط المصرفي منذ فترة طويلة، مما يساعدنا على معرفة أثر التوجهات الحديثة للخدمة المصرفية على البنك، الإضافة إلى تتوفر المعلومات الكافية عنه .

والسبب في عدم تطرقنا الى دراسة حالة الجزائر يرجع الى أن أغلب الخدمات الحديثة التي سنتناولها في بحثنا لا تقدمها البنوك الجزائرية، أضف الى ذلك أن الخدمات الحديثة التي طبقتها بعض البنوك حديثة التطبيق، وبالتالي لا تقودونا إلى نتائج، بالإضافة إلى أن الخدمات التي نعتبرها حديثة في البنوك الجزائرية أصبحت تعتبر تقليدية بالنسبة أغلب البنوك الأمريكية و الأوروبية.

إذن دراسة حالة البنوك الجزائرية لا يحقق لنا الهدف المرجو من البحث، لذلك إرتأينا أن نعرض حالة بنك القرض الفلاحي الفرنسي .

أما بالنسبة لتعرف على مختلف التطورات التي أدخلتها البنوك الجزائرية فسنعرضها من خلال الفصول النظرية .

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى إعطاء صورة عن مختلف التغيرات التي لحقت بالعمل المصرفي خاصة بعد التطورات التي شهدتها تكنولوجيا الإعلام و الإتصال وعمل البنك على إدخالها في تقديم خدماته من خلال اتجاهه الى العالم الالكتروني خاصة بعد التطورات التي عرفتها التجارة الالكترونية وبالأخص شبكة الأنترنيت، كما تهدف الى التعرف عن مختلف التأثيرات التي تنتج عن التوجهات الحديثة للخدمة المصرفية في كل من البنك والخدمة في حد ذاتها.

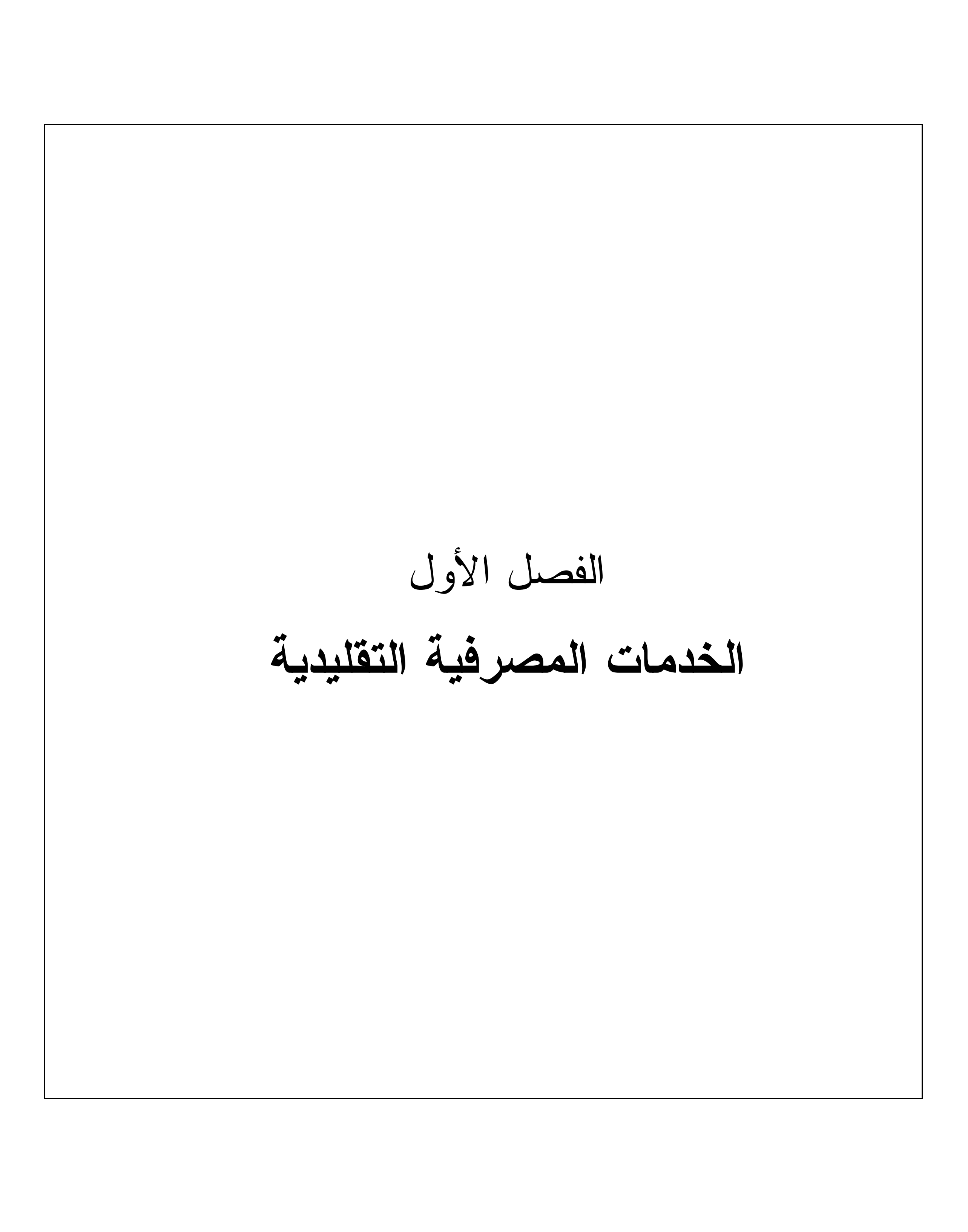
منهج الدراسة :

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج التحليلي الوصفي الذي ينسجم حسب رأينا مع طبيعة وموضوع البحث .

محددات الدراسة :

إن موضوع الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية موضوع جديد لا توجد فيه مراجع بكثرة وأن وجدت فأغلبها بالإنجليزية وتعذر الحصول عليها ، لذا حاولنا الاستعانة بالمكتبة الإلكترونية لاسيما الأنترنيت في إثراء الموضوع من خلال الحصول على العديد من المعلومات وخاصة في جانب الخدمات الالكترونية، أما فيما يخص التعرف على مختلف التطورات التي أدخلتها البنوك الجزائرية فقد واجهتنا صعوبات كثيرة في الحصول على المعلومات الخاصة بها، لذا إعتمدنا كذلك على الانترنيت في الحصول على أغلب المعلومات .

أما فيما يخص الجانب التطبيقي بالنسبة لبنك القرض الفلاحي الفرنسي الذي أجرينا عليه الدراسة فبحكم عدم القدرة على زيارة البنك والحصول على المعلومات اعتمدنا على الأنترنيت كمصدر وحيد في الحصول على كل المعطيات والمعلومات الخاصة بالبنك .



الفصل الأول

الخدمات المصرفية التقليدية

الفصل الأول :الخدمات المصرفية التقليدية

مقدمة :

لو نظرنا إلى المراحل التي مرت بها المنظومة البنكية لوجدنا أنها بدأت من خلال التبادل بين أشخاص يعرفون بعضهم البعض إلى ظهور الإنتاج السلعي (الإنتاج الموجبة للتبادل)، وهنا ظهرت الحاجة إلى الموارد المالية نتيجة لتوسيع في الإنتاج وفي هذه المرحلة ظهرت البنوك التجارية كوسيط مالي يربط بين أصحاب الفائض المالي وأصحاب العجز المالي .

ونتيجة للتطورات التي لحقت بالأوضاع الإقتصادية والمالية انصبت اهتمامات البنوك على الإستخدامات المالية لأن الموارد كان يحصل عليها خلال هذه المرحلة بسهولة، وبعد ذلك رأت البنوك أن ضعف الموارد المالية يعرضها إلى العديد من المخاطر الأمر الذي لفت انتباهها إلى جذبها بمختلف الطرق والأساليب، وهذا لا يعني أنها تجاهلت البحث في طرق استخدامها ولكن بأقل درجة من الحصول عليها، وكمرحلة أخيرة لتعبر عن الوقت الراهن لاحظ البنكيين ضرورة الإهتمام بالجانبين وبنفس الدرجة، كما أنه تبين أن العلاقة التي تربط الإستخدامات بالموارد والموارد بالاستخدامات علاقة ترابطية متكاملة حيث أن نجاح المصرف بإحداهما يعتمد على مدى كفاءته في القيام بالجانب الآخر.

إذن المصرف لا يستطيع جذب الموارد بصورة كافية ومستمرة إذا أساء استخدامها، وكذلك لا يستطيع جذب ثقة الأفراد إذا قصر في توفير السيولة من خلال إفرطه في منح القروض والسلف و عدم إلتزامه بضوابط وأصول الإقراض المصرفي، لهذا على المصرف إتباع استراتيجيات محكمة لتسيير الجانبين بكفاءة عالية، ويتم ذلك بإتباعه اتجاهات حديثة في جمع الأموال من مصادرها المختلفة واستعمال جهود جبارة في تطوير وابتكار خدمات مصرفية تتلائم مع حاجيات ورغبات العملاء، وباعتبار أن الخدمات المصرفية الحديثة مشتقة من الخدمات التقليدية إرتأينا أن نعرض في هذا الفصل مختلف الخدمات التقليدية التي تقدمها البنوك، على هذا الأساس جزءنا هذا الفصل إلى مبحثين :

المبحث الأول : الودائع المصرفية

المبحث الثاني :القروض المصرفية

المبحث الأول : الودائع المصرفية

في هذا المبحث سنعرض الأنواع المختلفة للودائع ، ثم بعدها نتطـرق إلـى آليـات تنميتهـا وجذبها.

المطلب الأول : أنواع الودائع المصرفية:

سنتطرق الى أنواع الودائع المصرفية بتصنيفها حسب معيار الزمن .

1- الودائع الجارية أو تحت الطلب :

إن الودائع الجاريةالتي تعرضها البنوك حاليا لا تختلف في طبيعتها عن الودائع الجارية التقليدية، حيث أنها مبالغ مالية تودعها الأفراد والهيئات لدى البنك يمكن سحبها جزئيا أو كليا في أي وقـت بموجـب أمر يصدره المودع أي ليس لها تاريخ استحقاق[1] .

لكن لو نظرنا إلى تقنيات أداء هذه الخدمة لوجدنا أن البنوك تعمل كل ما بوسعها من أجـل تطويرهـا فمثلا لو أخذنا خدمة الإيداع لوجدنا أنها كانت تتم إما بدفع المبلغ نقدا في خزينة البنك مباشرة أو تقـديم شيكات محررة لصالح المودع يحصلها البنك ، أما في الوقت الحالي أضافت إلى الطرق السابقة طرق حديثة تتماشى مع وسائل وأدوات التعامل المعاصرة ، منها مثلا : الإيداع عن طريق تحصـيل أوراق مالية الإيداع من أجل الحصول على بطاقات الإئتمان والبطاقات الإلكترونية المختلف التي سنعرضها في الفصول القادمة ، أما السحب فلقد أضافت إلى الطرق التقليدية المتمثلة في مسحوبات نقدية يطلبهـا العميل أو شيكات لصالح طرف آخر ، طرق حديثة كتسديد الفواتير المختلفـة باسـتعمال التحـويلات الإلكترونية للأموال ، شراء أوراق مالية ، وغيرها من العمليات التي يطلبها المودع.

1-1- مميزات الودائع الجارية :

بالرغم من التطورات التي لحقت بالوائع الجارية إلا مميزاتها بقيت ثابتة، وهي تمتاز عن غيرها مـن الودائع بما يلي:[2] :

- يستطيع صاحبها سحبها في أي وقت أو تحويلها إلى حساب آخر في نفس البنك أو خارجه باستخدام الشبكات المحلية بين البنوك أو الدولية لتحويل الأموال بالطريقة الإلكترونية.
- حماية أموال المودع من الضياع والسرقة.
- نسبة الإحتياط النقدي القانوني الذي يحتفظ به البنك يكون مرتفع مقارنـة مـع الأنـواع الأخـرى للودائع.

---

[1] - مجدي محمود شهاب ، اقتصاديات النقود والمال (النظرية والمؤسسات النقدية) ، دار الجامعية الجديدة، 2002، ص24

[2] - Lue berner rollande ;la banque et vous-100 réponses a vos questions- ;première édition ;édition part ;1999 France, p 141

- تعد مصدر لتمويل الإستثمارات التي تحقق فوائد وأرباح البنك.

- الحصول على خدمات مختلفة تقدمها البنوك من أجل تشجيع هذا النوع من الودائع كالحصول على على البطاقات الإئتمانية بمختلف أنواعها، كذلك دفع ما على العميل من مستحقات كفواتير الغاز الكهرباء التأمين، الحصول على خدمات التأمين ... إلخ.

1-2- تكلفة الودائع الجارية :

من المعروف أن الودائع الجارية غير مكلفة بالنسبة للبنك فتكلفتها تتمثل في نفقات تسييرها فقط فالبنوك لا تدفع عليها فوائد، وبالتالي فهي لا تدير على صاحبها أي دخل هذا ما جعلها تتقهقر ويتراجع حجمها لدى البنك نتيجة لإتجاه الأفراد والمؤسسات إلى اعتماد طرق أكثر فعالية في إدارة سيولتهم بالإضافة إلى ارتفاع أسعار الفائدة المقترحة على الأنواع الأخرى من الودائع كذلك ظهور وسائل جديدة منافسة كأمر السحب القابل للتداول، إضافة إلى الوسائل الأخرى المقترحة من المؤسسات المالية التي حولت جانب كبير من نشاطها نحو النشاط البنكي، الأمر الذي نبه مسير البنك إلى ضرورة العمل على جذب هذا النوع من الودائع لما له من دور فعال في تزويد البنك بالسيولة، لذلك اعتمدت البنوك طرق حديثة واستراتيجيات مختلفة لزيادة نسبتها في حجم الموارد الخارجية ومن بين هذه الأساليب تقديم هدايا متنوعة لأصحاب هذه الودائع، خدمات التأمين وغيرها – سنعرفها في الفصول اللاحقة- محاولة منها المحافظة على عملائها الحاليين والمحتملين .

وبالتالي ما يلاحظ في الآونة الأخيرة أن الودائع الجارية أصبحت مكلفة بالنسبة للبنك فتكلفتها تتمثل في نفقات التسيير + الخدمات المختلفة المقدمة، والغرض البنك من جذب هذا النوع هو تدعيم سيولته وزيادة حجم موارده من أجل للحفاظ على مكانته المصرفية واستقراره المالي .

2- ودائع التوفير :

بالإضافة الى الأنواع التقليدية عملت البنوك على استحداث أنواع جديدة من ودائع التوفير التي تتماشى مع حاجات ورغبات المتعاملين كدفتر التوفير الخاصة بالشباب، التوفير للأجل الاستثمار في البورصة، التوفير لأجل تسديد مستحقات الضرائب، التوفير السكني ...الخ

وهذه الأنواع من الودائع المستحدثة لا تختلف في جوهرها عن ودائع التوفير التقليدية من حيث:

- تحصل صاحبها على فائدة .

- تحدد المبلغ الذي يمكن للمودع سحبه في الشهر من أجل حماية البنك من أزمات السيولة [1] .

وبالتالي حتى تستطيع البنوك الزيادة في هذا النوع من الودائع لابد عليها من الاهتمام بصغار

---

*[1] ولكن رغبة البنوك في تشجيع هذا النوع من الودائع فهي تتغاضى في بعض الحالات عن هذا الشرط

المدخرين وذلك بتقديم خدمات خاصة لهم كتسهيل إجراءات عمليات فتح الحساب، الإيداع والسحب بالإضافة إلى منحهم مثلا هدايا مجانية لكل من يفتح حساب وغيرها من الخدمات- سنتطرق إليها في المطلب اللاحق - .

3- ودائع لأجل :

الإستراتيجيات الحديثة التي اتبعتها البنوك من أجل المحافظة على هذا النوع من الودائع في ظل التغيرات المالية الحاصلة مرتكزة أساسا على مميزات هذه الوديعة، فلو أخذنا ميزة السحب منها لا يتم قبل تاريخ الاستحقاق لوجدنا أنها تعطي مرونة كبير للبنك في إتباع استراتيجية حديثة تتماشى وحاجات المتعاملين وتحقق غرض البنك في استخدامها، بالإضافة إلى خاصية حصول صاحبها على فائدة، فلقد عمل البنك على استنبط عدة سياسات من هذه المميزات ساعدته في جذب عملاء هذا النوع نذكر منها ما يلي :

- سياسة تحسين وتطوير قوانين العمل : فمثلا في حالة طلب صاحب الوديعة وديعته قبل تاريخ الاستحقاق يعطيه قيمة الوديعة ويطبق عليه إجراءات تكون فيها ليونة كحرمانه من الفوائد أو يقرضه المبلغ بضمان الوديعة وبسعر فائدة أعلى من الذي يتقاضاه من المصرف.

- إبتكار أنواع جديدة من الودائع تكون فيها نوع من المرونة في التعامل من أجل المحافظة على العملاء الحاليين والمحتملين، كالودائع لأجل وبإخطار المصرف بفترة متفق عليها مسبقا- عند الإيداع- وهنا المصرف يدفع عليها فائدة تكون أقل من التي يدفعها على الودائع لأجل، فهذا النوع من الودائع يكون خاص بالعملاء الذين لهم مبلغ من المال في فترات دورية وينتظرون فرص الاستثمار ولا يرغبون في الارتباط بإيداع أموالهم لفترات محددة خوفا من ضياع الفرص الاستثمارية، وبالتالي من خلال هذا النوع استطاعت البنوك أن تلبي احتياجات عملائها وجذب هذه الفئة وفي نفس الوقت تحقيق أرباح.

كما أن البنوك عملت على استحداث أنواع أخرى من الودائع من أجل جذب أكبر قدر من الموارد المالية كشهادات الإيداع التي تسمح بتوفير أموال طويلة الأجل يمكن إستخدامها في زيادة الطاقة الاستثمارية للبنك .

- من خلال كل ما سبق يمكن القول بأن البنوك تعمل كل ما بوسعها من أجل تنويع مصادر التمويل لزيادة مواردها المالية، ويتم ذلك من خلال إتباع العديد من الاستراتيجيات والسياسات التي تساعدها في جذب وتنمية الودائع بمختلف أنواعها باعتبارها أهم المصادر .

المطلب الثاني : آليات جذب الودائع

سنعرض في هذا المطلب مختلف المراحل التي مرت بها المصارف في الإهتمام بنوع الودائع، ثم بعد ذلك نتطرق الى مختلف السياسات التي إتبعتها البنوك في جذب الأنواع المختلفة منها .

1- تطور الفكر المصرفي في مجال الإيداع :

لو نظرنا إلى مراحل تطور الفكر المصرفي من جانب الإهتمام بالودائع المصرفية لوجدنها تتقسم الى ثلاث مراحل [1] :

1-1- المرحلة الأولى :

في هذه المرحلة كانت البنوك تولي اهتمام كبير لجذب الودائع من المنشآت الأعمال والتي غالبا ودائعها تحت الطلب لأن السلطات النقدية تحرم عليها إيداع أموالها في حسابات التوفير والحسابات لأجل [2]، وإن سمحت لها بذلك تكون في حدود معينة، وكسبب ثاني لإهتمام البنوك بالودائع الجارية انخفاض معدلات الفوائد على القروض وبالتالي كان من الأفضل التركيز على الودائع التي لا تدفع عنها فوائد بالإضافة إلى أنها تتجنب الودائع التي يكون فيها معدل الفائدة قريب من معدل العائد، كذلك خوف البنوك من تحويل أصحاب الودائع الجارية لودائعهم إلى ودائع لأجل وودائع التوفير وبالتالي يدفع عنها فائدة وهذا يؤدي إلى رفع تكلفة الأموال بالنسبة للبنك .

1-2- المرحلة الثانية :

هذه المرحلة ناتجة عن تغير الظروف المحلية الخاصة بالعمل البنكي الناجمة عن ارتفاع أسعار الفائدة في الأسواق الأمر الذي دفع المودعين الحاليين والمحتملين للبحث عن مجالات استثمارية أخرى أكثر مردودية بدلا من إيداعها في حسابات جارية لا تدر عليهم أي عائد، حيث أن الكثير من الأفراد ومنشآت الأعمال قاموا بسحب ودائعهم واستخدموها في مجالات استثمارية متعددة كشراء سندات تصدرها الحكومة أو منشآت الأعمال، هذا ما أدى إلى انخفاض الودائع الجارية، الأمر الذي نبه البنوك إلى ضرورة السعي لتنمية ودائع التوفير و لأجل كبديل عن الودائع الجارية وإدراكها لأهمية التعامل مع الأفراد الذين يفضلون هذا النوع من الودائع وماله من مميزات تفيد البنك في الكثير من القضايا كميزة الثبات والاستقرار التي تساعد في الحد من السحوبات غير المتوقعة وهذا يحمي البنك من خطر النقص المفاجئ في السيولة بالإضافة إلى أنها تساعد البنك في التوجه نحو استخدامات متوسطة وطويلة المدى وذات العائد المرتفع .

---

[1] - د / منير ابراهيم الهندي ، إدارة البنوك التجارية ، مدخل اتخاذ القرار – الطبعة 3 ، مركز دالتا للطباعة المكتب العربي الحديث ، الإسكندرية 1996 ص13

[2] - NADLER P ,commercial banking in the economy , 3re ed ,new york ; random house , 1979 , p128-130

كما أن خاصية ارتفاع الطاقة الاستثمارية لهذه الودائع والناتجة عن التشريعات التي تضعها بعض الدول والمتمثلة في فرض نسبة احتياطي قانوني منخفض مقارنة مع الودائع الجارية هذا ما يؤدي إلى زيادة القيمة الصافية – من الوديعة – التي توجه للإ ستثمار.

- لقد وصل الاهتمام بهذا النوع من الودائع حتى أصبح يمثل جانب كبير من حجم الودائع في البنك وهذا راجع لعدة أسباب هي [1]:

- جذب ودائع الأفراد معناه الزيادة في تنويع الودائع وبالتالي الحد من التعرض لخطر العسر المالي.

- إدراك أن الأفراد الطبيعيين مصدر لتنمية الموارد المالية في البنوك باعتباره قوة إقراضية إضافية يمكن استخدامها في تزويد المنشآت بالقروض ومن ثم زيادة الأرباح.

1-3- المرحلة الثالثة :

تعبر هذه المرحلة عن الوقت الراهن، حيث أدركت البنوك أنه كلما زادت وتنوعت مصادر الموارد المتاحة كلما كان ذلك أفضل بالنسبة للبنك، لذا نجد هذه الأخيرة تبذل قصار جهدها في تنمية وتدعيم كل أنواع الودائع من أجل المحافظة على مكانتها وضمان استمرارها وتحقيق أهدافها والوقوف في وجه المنافسين وذلك من خلال وضعها للعديد من الإستراتيجيات التنافسية لجذب الودائع بكل أنواعها

2- الإستراتيجيات التي اتبعتها البنوك في جذب الودائع :

و يمكن تقسيم الإستراتيجيات المتبعة في هذا المجال الى قسمين هما : المنافسة السعرية والمنافسة غير السعرية.

2-1- المنافسة السعرية :

أساس هذه الإستراتيجية هو الدفع بمعدل الفائدة إلى أعلى من أجل جذب المودعين، لكن هناك عوامل تحد من إمكانية تطبيق هذه السياسة على نطاق واسع منها[2]:

- كونها تعمل على الحد من أعمال البنك.

- تتأثر بحجم الطلب على القروض من خلال التغيرات التي تطرأ على سعر الفائدة.

- القدرة المحدودة للبنك على استيعاب حجم معين من الودائع.

- قرارات السلطات النقدية من خلال وضعها قيود تحد من هذه السياسة كتحريم دفع الفوائد على الودائع الجارية وبالتالي هنا تسقط هذه الإستراتيجية، وترجع أسباب تحريم دفع الفوائد على الودائع الجارية إلى ما يلي :

+ الحد من ارتفاع تكلفة الأموال :

---

[1] - د/ منير ابراهيم هندي ، إدارة البنوك التجارية –مدخل إتخاد القرار ، مرجع سابق ، ص15.

[2] - د/ منيرإبراهيم الهندي ، مرجع سابق ، ص155

إن البنوك تتحمل تكاليف تسيير هذه الودائع فلو تزيد دفع الفوائد فإن ذلك يدفعها إلى البحث عن فرص استثمارية من أجل تغطية التكاليف وهذا ينطوي على مخاطر قد تهدد مكانة واستقرار البنك.

+ الحد من المنافسة بين البنوك :

تتنافس البنوك في جذب الودائع من خلال الرفع في معدل الفائدة وبالتالي تزداد تكلفة الحصول على الموارد وهذا يدفع البنك إلى البحث عن استخدامات قد تكون ذات مخاطر عالية، إذن فعدم وجود فائدة يلغي المنافسة على هذه الودائع.

- تم الرد على هذين السببين بأنه لو نظرنا إلى الواقع المصرفي لتبين لنا أنه حتى ولو ترك البنك المركزية الحرية في تحديد معدل الفائدة على الودائع الجارية فإنه لن يتعدى الحد الأقصى المتمثل في المستوى التي يضمن تكلفة معقولة للأموال[1].

كذلك يمكن القول بأن إدارة البنك لن تستثمر أموالها في مجالات ذات مخاطر عالية وذلك لأنها على دراية تامة بأن سوء تصرفها سوف يؤدي بالمودعين إلى سحب ودائعهم ووضعها في بنوك أخرى وهذا يسيء إلى السمعة المصرفية للبنك.

+ انتقال رؤوس الأموال من البنوك الصغيرة إلى البنوك الكبيرة :

يرجع السبب في ذلك ألى كون البنوك الكبيرة تستطيع دفع معدلات فائدة أعلى من البنوك الصغيرة.

- تم الرد على الحجة بأن من مصلحة المجتمع انتقال الأموال إلى مكان استخدامها في مشروعات يتوقع أن تدر عائدا كبيرا، كذلك ما يلاحظ على البنوك الصغيرة أنها معظمها فروع لبنوك كبيرة وبالتالي تستطيع سحب الأموال من أي فرع دون اللجوء إلى المنافسة السعرية.

+ الحد من ارتفاع الفوائد على القروض :

إن انخفاض تكلفة الحصول على الأموال تؤدي إلى تخفيض معدلات الفائدة على القروض وهذا يساعد على زيادة الاستثمار وما لذلك من آثار إيجابية على التنمية الإقتصادية.

- لو حللنا هذا السبب لوجدنا أن تحريم دفع الفوائد على الودائع الجارية يفيد المقرضين لكن يلحق الضرر بالمودعين وهذا ما يجعلهم يستخدمون أموالهم في مجالات تدير عليهم عائد وخاصة وأن هناك مؤسسات مالية تعرض أمامهم خدمات متنوعة ومربحة، الأمر الذي أدى بالبنوك الى دفع فوائد على الودائع الجارية وإن كانت ضمنية وتتمثل أساسا في خدمات تقدمها لعملائها من أجل المحافظة عليهم.

- نتيجة للأسباب السابقة الذكر فإن الولايات المتحدة الأمريكية ألغت القانون الذي كانت تحرم فيه دفع الفائدة على الودائع الجارية وهذا في 1980/12/31..[2] ، كذلك في مصر أصبحت تدفع فوائد بالعملة الصعبة من أجل تشجيع هذا النوع من الودائع.

---

[1] - دا منير إبراهيم الهندي ، مرجع سابق ، ص16

1- د/ منير إبراهيم الهندي ، مرجع سابق ، ص156

- لكن ما يمكن لفت الانتباه إليه هو أن حرية البنك في تحديد معدل الفائدة على الودائع بمختلف أنواعها ليست مطلقة، وذلك لأن السلطات النقدية تتدخل بوضع حد أقصى لها لا يمكن تجاوزه، هذا ما يؤدي إلى وجود تقارب في أسعار الفائدة ما بين البنوك، وبالتالي فإن استراتيجية المنافسة على أساس رفع معدل الفائدة لجذب الودائع غير فعالة ولا يمكن الاعتماد عليها ولابد من البحث عن استراتيجية بديلة

2-2- المنافسة غير السعرية :

الأساس الذي تقوم عليه هذه الإستراتيجية هو تقديم خدمات مصرفية جديدة تميز البنك عن غيره من البنوك وتتلاءم مع متطلبات و احتياجات العملاء، ويتم ذلك من خلال إتباعها العديد من السياسات يمكن تلخيصها فيما يلي:

2-2-1- إستراتيجية التكوين :

تتمثل هذه الاستراتيجية في العمل على جذب فئات جديدة من العملاء وكذلك تكوين هيكل المجتمع على الوعي المصرفي و الإدخاري ومحاولة إدخال مختلف الفئات من المتعاملين في الأعمال المصرفية وذلك من خلال سعي البنوك إلى توفير خدمات مصرفية خاصة بكل فئة كإعداد نظم إيداع خاصة بالأطفال والشباب بغرض تثبيت التعامل معهم فيما بعد فهم عملاء البنك في المستقبل، وتم تطبيق هذه الأنظمة في العديد من الدول الأوروبية والأمريكية وحتى بعض الدول العربية .

ومن بين هذه الأنظمة ما يلي[1] :

أ/ نظام توفير العميل المميز : يسمح هذا النوع من الودائع للصبي في سن 07 سنوات بفتح دفتر توفير وله حق الإيداع في حدود معين وبآليات بسيطة جدا.

ب/ حساب خاص بالأولاد من سن 11 إلى 18 سنة : يمكن لصغار فتح حسابات توفير، وتعطى لهم فائدة إضافية تميزهم عن حسابات التوفير العادية.

ج/ حسابات الشباب من 11 إلى 20 سنة : وهذا ما تم تطبيقه في أوربا من خلال حسابات الخدمات المتنوعة "Mozaic "، والغرض الأساسي منه هو جذب عمليات الشباب ومحاولة الحفاظ على التعامل معهم فيما بعد .

2-2-2- استراتيجية تثبيت الموارد واستقرارها :

لقد أصبحت الودائع التقليدية لا تلبي الإحتياجات المالية للبنك مما دفعه إلى البحث عن طرق متعددة لأجل إبقاء أموال العملاء أطول مدة ممكنة، والغرض من ذلك هو توفير المرونة الكافية للبنك في توظيف الأموال خاصة ونحن في ظل إقتصاد تسوده العولمة التي تؤدي إلى زيادة البحث عن مجالات

---

[1] - د/ عبد المطلب عبد الحميد ، البنوك الشاملة عملياتها وإدارتها ، الدار الجامعية ، الإسكندرية، ، 2000 ، ص120

إستثمارية تتطلب مصادر تمويل طويلة الأجل، لذلك أخذت البنوك تسلك أو تتبع اتجاهات حديثة من أجل تثبيت الموارد المالية وتحقيق إستقرارها ومن بين هذه التوجهات ما يلي [1]:

أ/ الإيداع الثابت بالتقسيط : وهو أن يدفع المودع مبلغ ثابت في شكل أقساط شهرية لمدة معينة وفي نهايتها يدفع البنك المبلغ الأصلي بالإضافة إلى الفوائد، وعلى الرغم من ارتفاع تكلفة إدارة هذا النوع إلا أنه توجد هناك العديد من الدول تعمل به كاليابان، دول غرب أوربا والهند وهذا للدور الذي يلعبه في زيادة الوعي المصرفي بالإضافة إلى زيادة حجم تعامل الطبقات المتوسطة مع البنوك.

ب/ الإيداع بالتقسيط لأغراض دفع الضريبة : والهدف منه هو التخفيف عن دافعي الضرائب من أفراد ومنشآت وأعمال.

ج/ الإيداع الثابت مع خدمات التأمين : يتميز بالجمع بين الودائع لأجل وخدمات التأمين، بموجبه يقوم البنك باستخدام الفائدة على المال الأصلي أو جزء منها بدفع أقساط التأمين لإحدى الشركات بهدف تغطية العميل من خطر معين ونجد هذا النوع منتشر في بنوك الولايات المتحدة الأمريكية، أوربا واليابان.

د/ شهادات الإستثمار : تعرف أيضا بشهادات الإدخار الغرض منها تجميع أكبر قدر ممكن من الأموال لتمويل التنمية الإقتصادية.

ه/ شهادات الإيداع : نوع من أنواع الودائع لأجل ويمكن تقسيمها إلى [2] :

- شهادات الإيداع القابلة للتداول : تعتبر شهادات غير شخصية [3] يمكن لحاملها التصرف فيها بالبيع والشراء بمعنى أنها قابلة لتداول والتحويل قبل تاريخ الإستحقاق في السوق الثانوي دون الرجوع للبنك الذي أصدرها [4] ، بالإضافة إلى أن سعر الفائدة عليها يتم تحديده دون تدخل البنك المركزي فهي لا تخضع في بعض التشريعات للحد الأقصى للفوائد وبالتالي يستطيع البنك تطبيق المنافسة السعرية عليها لزيادة الطلب كذلك يمكن تداولها في سوق المال وهذا ما يؤدي إلى إمكانية حصول البنك على ودائع من مناطق بعيدة عن منطقة تقديم الخدمة، أضف إلى ذلك أنها منافسة للأوراق المالية الحكومية قصيرة الأجل وبالتالي تجلب إلى البنك أموال مستثمرين كانوا يتعاملون أساسا في الأوراق المالية الحكومية ذلك ما يؤدي إلى حدوث زيادة ملموسة في حصيلة البنك من الموارد المالية.

- شهادات الإيداع غير قابلة للتداول : هي شهادات لا يسمح لها بالتداول لهذا تعتبر شخصية ، تصدر بموجب إتفاق بين البنك والعميل كما أنه لا يجوز لحاملها التصرف فيها ويتم إسترداد قيمتها عند

---

[1] - د/ عبد المطلب عبد الحميد، العولمة وإقتصاديات البنوك ، الدار الجامعية ،القاهرة 2001 ، ص64- 65

[2] - د/ منير إبراهيم الهندي ، إدارة البنوك التجارية - مدخل اتخاذ القرار- ، مرجع سابق ، ص162- 163

[3] - د/ مدحت صادق ، أدوات وتقنيات مصرفية ، دار غريب لنشر ، القاهرة ، 2001 ، ص 226

[4] - د/ عبد المطلب عبد الحميد، العولمة و إقتصاديات البنوك ، مرجع سابق ، ص 55

التاريخ المتفق عليه، الميزة الأساسية لهذا النوع هو المرونة في تحديد تاريخ الإستحقاق بحسب الحالة التي تتلاءم مع الوضعية المالية للعميل .

- بالإضافة إلى أنه تم إشتقاق من هذين النوعين أنواع أخرى مكنت صغار المستثمرين من إستثمار أموالهم في ودائع مؤمن عليها وبعائد أكبر تتمثل فيما يلي [1] :

- شهادات الإيداع ذات معدل فائدة متغير الغرض منها حماية البنك والمستثمر ضد التغير في أسعار الفائدة [2] .

- ودائع لأجل صغيرة ولها عدة أشكال : كشهادات الإدخار، إيداعات عمومية وحكومية ويكون سعر الفائدة فيها غير محدد .

- أمر السحب القابل لتداول Negotiable Orders of Withdrawal (NOW) يمكن تحريره للغير وفاء لما عليه من إلتزامات ويحصل حامله على فائدة .

- ودائع سوق النقد : Money market deposit accounting

تشبه أمر السحب القابل لتداول، حيث يمكن تحرير شيك عليها ويحصل حاملها على فائدة أعلى من أمر السحب القابل لتداول .[3]

كذلك أصبحت البنوك تقدم خدمات أخرى كوحدات الإستئجار، صناديق الإستثمار ... إلخ.

- يمكن القول بأنه كلما نجح البنك في إدخال أو ابتكار أنواع جديدة من الودائع كلما كان ذلك مؤشر حيوية يبين قدرة البنك على الإبتكار، الأمر الذي يلفت إنتباه الكثير ويشجع المودعين المحتملين على التعامل مع المصرف وما لذلك من فوائد عليه .

2-2-3 - إستراتيجية المحافظة على سيولة البنك :

الأساس الذي تقوم عليه هذه الإستراتيجية هو العمل على تمكين العميل من الإعتماد على البنك كليا في الوفاء بكافة إحتياجاته المالية حتى لا يحتفظ بنقود لديه، ولا يتم تحقيق ذلك إلا من خلال السرعة في أداء الخدمة المصرفية بالإضافة إلى التواجد الزمني لوحدات البنك وهذا ما حققته التطورات التكنولوجية والمعلوماتية و إستعمالها في تقديم خدمات مختلفة للعملاء ومن أهمها ما يلي :

- إمكانية السحب والإيداع في غير أوقات العمل وذلك من خلال :

الصرف الآلي والخدماته المتكاملة، شباك الألي البنكي والموزع الألي للنقود الموجودين في أماكن مختلفة لخدمة الجمهور في عمليات السحب في حدود مبالغ بسيطة دون الحاجة إلى الذهاب إلى

---

[1]- عبد المطلب عبد الحميد ، البنوك الشاملة عملياتها وإدارتها ، مرجع سابق ، ص52

[2]- لمزيد من المعلومات أنظر : مدحت صادق ، أدوات وتقنيات مصرفية، مرجع سابق ، ص 230

[3] - Rose p, kolari, j Fraser , Financial institution , 4th ed , Boston ,1993 , p 156

المصرف وهذا كله من أجل تحسيس العميل بالأمان وزرع الثقة في نفوس العملاء بأن أموالهم تعود إليهم في أي وقت عند الحاجة إليها.

كذلك استحداث شبابيك لتقديم الخدمات المصرفية لركبي السيارات دون الحاجة إلى نزولهم.

- الخدمات التي تقدمها الشبكات البنكية المحلية والدولية كغرفة المقاسة الإلكترونية، الخدمات المباشرة عبر الإنترنيت، خلق بنوك عن بعد من خلال القنوات المختلفة (الهاتف ،المنتال التلفزة الرقمية ، الأنترنيت) بالإضافة إلى البنوك المباشرة والخدمات الإلكترونية بمختلف أنواعها، وكل هذه الخدمات الغرض منها هو زيادة مداخيل البنك .

ويمكن القول أنه تزداد قدرة البنك في جذب الودائع كلما نجح في إدخال الوسائل الحديثة لتسيير المعاملات والتوسيع في استخدامها.

2-2-4- استراتيجية تعظيم راحة العملاء :

يعمل البنك على إتباع عدة أساليب من أجل تحقيق راحة عملائه منها [1] :

- إختيار الموقع الملائم للعميل وتوسيع دائرة إنتشار البنك من خلال القنوات المختلفة للاتصال عن والمتمثلة أساسا في الهاتف، المنتال، الأنترنيت، التلفزة الرقمية و الهاتف النقال - سيتم التطرق إليها بالتفصيل في الفصل الثالث-
- تحصيل الشيكات المسحوبة على البنوك أو الفروع بسرعة فائقة وتكاليف منخفضة.
- تحصيل الكمبيالات المسحوبة لحساب العملاء باستخدام حوالة داخلية (أمر كتابي يصدره أحد الأطراف إلى البنك الذي يتعامل معه ليدفع مبلغا معينا لطرف ثاني (المستفيد) ، السندات الإذنية، التحصيلات المستندية التي تتعلق بالمعاملات التجارية... إلخ.
- قبول الأمانات وتأجير الخزائن.
- سداد المدفوعات نيابة عن العميل.
- إختيار موظفين يمتازون بأخلاق حسنة ويحسنون التعامل مع الجمهور.

إذن نستطيع القول أنه تزداد ودائع المصرف كلما نجح في اختيار الموقع الملائم وتوسع في إنشاء فروع وتعدد قنوات الاتصال به ونجح في تقديم خدمات في أنسب الفترات خلال اليوم.

2-2-5- استراتيجية دعم النشاط المالي للعملاء :

تتم هذه الاستراتيجية من خلال تقديم الإستشارات المالية الخاصة باستثمار أموال العملاء ومن أهم الخدمات التي تقدمها البنوك في هذا المجال ما يلي[2] :

---

[1]- د/ منير إبراهيم الهندي ، إدارة البنوك التجارية - مدخل اتخاذ القرار- ، مرجع سابق ، ص 157 ، و د/ عبد المطلب عبد الحميد ، البنوك الشاملة عملياتها وإدارتها ، مرجع سابق ، ص68

[2]- د/ عبد المطلب عبد الحميد ، العولمة و إقتصاديات البنوك ، مرجع سابق ، ص67-68

- عمليات على الأوراق المالية نيابة عن العملاء، هذا لأنه يوجد هناك من ليس لديهم الوقت الكافي والمعرفة الجيدة لأساليب التعامل في الأوراق المالية ومن أهم العمليات : حفظ الأوراق المالية شراءها أو بيعها، الإكتتاب في الأسهم وسداد قيمة الكوبون بالإضافة إلى خدمات التسجيل والإصدار وهذا كله بما يحقق أكبر ربح وأقل خسارة وبعمولة أقل من العمولة التي يأخذها السماسرة لتنفيذ العمليات السابقة، وبالتالي كلما كانت هناك كفاءة في إدارة الأوراق المالية وانخفضت نسبة العمولة التي يحصل عليها البنك مقابل الخدمة كلما أدى ذلك إلى تمسك المودعين الحاليين بالبنك وزيادة رغبة المحتملين في التعامل معه.

- بالإضافة كذلك إلى حساب ميزانية الأسرة وخاصة الأسر ذات الدخل الثابت، وغيرها من الخدمات الإستثمارية الأخرى.

- من خلال ما سبق تبين لنا أنه لم يصبح من السهل على البنك التجاري الحصول على الموارد المالية كما كان في السابق بل لابد من انتهاج طرق وأساليب متطورة وفعالة تتماشى مع التطورات الحاصلة في كل المجالات من أجل تجميع الموارد المالية المتاحة من مصادرها المختلفة، لهذا فإنه على مسير البنك أن يستخدم هذه الأموال بكفاءة عالية وذلك بإتباعه أساليب وطرق عقلانية في توجيه هذه الأموال، وتعتبر القروض أحد أهم الإستخدامات البنكية.

المبحث الثاني :القروض المصرفية

تعتبر القروض أهم استخدامات البنك إذ أنها تأخذ الحصة الأكبر من جانب الأصول وعائدها يعتبر أكبر إيراد تتحصل عليه البنوك، لهذا على مسير البنك أن يكون حذرا في منحها من خلال وضعه لسياسات محكمة وملائمة تتضمن سلامتها من الضياع.

وتعتبر الإستخدمات التقليدية للبنك أساس الإستخدمات الحديثة إذ أن هذه الأخيرة مشتقة من التقليدية الأمر الذي دفعنا الى التطرق إليها ولو بصفة مختصرة، وسنحاول في هذا المبحث شرح أنواع القروض والعوامل المتحكمة فيها واستراتيجيات منحها .

المطلب الأول : أنواع القروض

إن القروض الحديثة التي تمنحها البنوك التجارية لها نفس طبيعة القروض التقليدية لهي أموال تمنحها البنوك لمتعامليها من أجل تمويل أي نشاط إقتصادي ولكن الإختلاف الجوهري هو في طريقة تقديمها للقروض وهذه الأخيرة هي التي تعطي للقرض سمة الحداثة، حيث أنها أصبحت تتعامل بالإضافة إلى الطرق التقليدية بوسائل الإتصال المتطورة كالإنترنيت، الهاتف النقال، التلفزة الرقمية ... إلخ، إذ أن تسوية كل المعاملات والإجراءات الخاصة بالقرض تتم عن بعد وتحول بعد ذلك قيمة القرض مباشرة إلى الجهة المستفيدة أو يتم تعبئتها في البطاقات الإلكترونية.

ويمكن تقسيم القروض حسب عدة معايير تتمثل في ما يلي :

1- من حيث الآجال :

ونميز فيه نوعين أساسيين[1] :

1-1- القروض قصيرة الأجل :

هي قروض مدتها لا تتجاوز سنة توجه لتمويل النشاط الإستغلالي للمنشآت ويتم تسديدها في نهاية العملية الممولة ولها عدة أشكال :

1-1-1- خصم الأوراق المالية :

بمعنى أن يمنح البنك لحاملها ما يعرف بالقيمة الحالية للورقة التجارية مقابل عمولة يقتطعها تسمى الأجيو Agio [2] ، وهذا قبل تاريخ استحقاق الورقة، وبعدها يقوم البنك بتحصيل قيمتها من المدين عند تاريخ استحقاقها .

---

[1]- AMMEUR BENHALIMA , ,pratique des techniques bancaires , éditions dahleb , Algérie 1997, p 6

[2]- الطاهر لطرش ، تقنيات البنوك ، الطبعة 2 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر 2003 ، ص60

1-1-2- إعتمادات الصندوق :

هي الأموال التي يقدمها البنك للعميل مقابل وعد بالوفاء في الموعد المحدد مع دفع فائدة والغرض منها هو توفير السيولة الآنية ويمكن تقسيمها إلى عدة أقسام [1] :

أ/ السحب على المكشوف le découvert : هو سحب العميل ما يزيد عن حسابه الجاري الموجود لدى البنك وذلك بدفع فائدة تتعلق بفترة سحب المبالغ المدينة، ويتوقف البنك عن فرض الفوائد بمجرد عودة الحساب من مدين إلى دائن، ويستعمل عادة لسد العجز الناجم عن عدم كفاية رأس المال العامل.

ب/ اعتماد الموسوم crédit de compagne :هي قروض موسمية تعطى لمساعدة المنشآت التي يكون نشاطها موسمي [2] ، وذلك لأنها تشهد في مرحلة من مراحل نشاطها زيادة في الحاجة إلى رأس مال العامل نتيجة لتوسيع أو زيادة نشاطها لهذا تلجأ إلى هذا النوع من القروض[3] .

ج/ القروض بتوقيع : هي إلتزام البنك بدفع مبلغ معين بدل المدين للجهة الدائنة في حالة عجز المدين عن السداد وتنقسم إلى [4] :

- **الضمان الاحتياطي L'AVAL** : جاءت عن طريق وثيقة التحويل La letter de change ويتم فيها التعاقد عن طريق الموثق بين المستفيد منها هو الشخص الطبيعي أو المعنوي والبنك ، كما يتم تحديد للمبلغ الذي يضمنه البنك [5] .

- **الكفالة La caution** : ومفادها أن شخص يضمن آخر وتعطى عادة للبلديات، الولايات صناديق التوفير، وتظهر في المناقضات خاصة وذلك لتفادي عدم التزام العميل بالقيام بالمشروع وكذلك تعطى للجمارك لأخذ السلع من الميناء .

د/ الإعتمادات المستندية : هي مرتبطة أساسا بعمليات التجارة الخارجية حيث يتوسط بنك أو أكثر بتسديد قيمة السلع المستوردة وتحصيل قيمة السلع المصدرة.

هـ/ بطاقات الائتمان* : وهي بطاقات شخصية تصدرها البنوك لخدمة عملائها وتحتوي على معلومات خاصة بحاملها يستعملها لتسوية مدفوعاته بدل النقود، كما أن البنوك تعمل جاهدة على تلبية حاجات زبائنها وتوفير الراحة لهم لأجل الوقوف في وجه المنافسين لهذا استحدثت عدة أنواع من البطاقات نذكر منها :

---

[1]- د/ بوعتروس عبد الحق ، الوجيز في البنوك التجارية (عمليات ، تقنيات ، تطبيقات) ،بدون دار نشر ، قسنطينة 2000 ، ص 41-42
[2] - AMMOUR BANHALIMA , lexique de banque , op cit , ,p19
[3]- الطاهر لطرش ، ،تقنيات البنوك ، مرجع سابق ، ص60
[4] - FAROUK BOUYACOUB,. l'entreprise & le financement bancaire , édition Casbah, Algérie 2001,,p249
[5] -AMMOUR BANHALIMA , op cit , p 6

* يوجد فرق بين البطاقات الإئتمانية و بطاقات الوفاء حيث أن الأولى لا يتقاضى عنها عمولة إصدار سنوية على نحو ما يحدث عند إصدار بطاقة إئتمان ، واستخدام بطاقة الوفاء يتوقف على توافر رصيد دائن في الحساب عكس بطاقة الإئتمان التي تسمح باستمرار استخدامها على الرغم من عدم توفر الرصيد الدائن كما أن الخصم يتم فورا عند استخدام بطاقة الخصم فإن بطاقة الإئتمان تمنح للعميل فترة يظل فيها حسابه مدينا من تاريخ استخدام البطاقة حتى تاريخ مطالبته بالسداد وهذا ما يجعله يتمتع لبعض الوقت بهذا المبلغ في استخدامه لمواجهة مدفوعات أخرى.أنظر ألى :
مدحت صادق ، تقنيات وأدوات مصرفية ،،مرجع سابق ص 301

بطاقات الوفاء، بطاقات الائتمان، البطاقات الدولية (فيزا كارد، ماستركارد، ارو كارد) وغيرها من البطاقات سيتم التطرق إليها بالتفصيل في الفصل االقادم.

1-2- القروض طويلة الأجل (قروض الإستثمار):

يوجه عادة هذا النوع من القروض لتمويل الأصول الثابتة وهذا هو السبب في طول مدتها التي تتراوح ما بين 2 سنة إلى 7 سنوات [1] ، لهذا تفرض البنوك سعر فائدة مرتفع عليها، وتكون حذرة في منحها [2] ويتم منح هذا النوع من الخدمة مقابل ضمانات وهذا راجع للمخاطر التي ينطوي عليها هذا النوع، وتلجأ البنوك إليه عندما تكون لديها أموال جامدة تزيد عن حاجة تعاملها .

2- من حيث النشاط الممول :

أي حسب الغرض الذي يرغب المستثمر في تحويله وهي [3] :

2-1- قروض إستهلاكية :

وتستخدم للحصول على سلع إستهلاكية من خلال تعبئة بطاقة الإئتمان أو لمواجهة مصروفات مفاجئة أو استثنائية كالمرض، الوفاة، الدراسة ... إلخ.

2-2- القروض الإنتاجية :

توجه هذه الخدمة لتمويل كل أوجه النشاط التجاري كالزراعة، الصناعة والخدمات بهدف توفير رأس المال العامل لأغراض التشغيل.

3- من حيث الضمان :

يعتبر الضمان تأمينا للبنك ضد الأخطار التي قد تنتج عن عمليات الإقراض حيث أنه يمكنه من إسترجاع قرضه أو على الأقل جزء منه ويمكن تقسيمها إلى [4] :

3-1- القروض غير المكفولة بضمان :

يتم تقديم هذا النوع في حالات معينة أو خاصة كإعطاء قرض لعميل يتعامل بصفة دائمة مع البنك وذو ملاءة ويكون البنك على إطلاع بمركزه المالي وقدرته على التسديد، وبالتالي مدته أقل من سنة وعادة يتم تسديده على دفعات شهرية .

3-2- القروض المكفولة بضمان :

ويمكن تقسيمها إلى :

---

[1] - الطاهر لطرش ، تقنيات البنوك ، مرجع سابق ، ص 74

[2] - د/ بوعتروس عبد الحق ، الوجيز في البنوك التجارية .....، مرجع سابق ص43

[3] - د/ منير إبراهيم الهندي ، الفكر الحديث في مجال التمويل الجزء الأول ، بدون ناشر ،الإسكندرية 1999 ص 213.

[4] - د/ بوعتروس عبد الحق ، الوجيز في البنوك التجارية .....، مرجع سابق ، ص42

3-2-1- قروض مكفولة بضمان شخصي :

حيث نجد في هذا النوع من القروض الضمان يتمثل في تعهد من شخص غير المقترض، تكون سمعته جيدة وذو ملاءة مالية، بأن يسدد المستحقات المالية للمقترض في حالة عجزه عن السداد.

3-2-2- القروض المكفولة بضمانات عينية :

وتتمثل في الأصول المالية التي يقدمها المقترض للمقرض مقابل الحصول على القرض، وتكون هذه الأصول تحت تصرف البنك حتى إرجاع القرض في الموعد المتفق وتأخذ عدة أشكال [1] :

أ/ رهن عقاري: وهنا الضمان يتمثل في عقار مرهون لصالح البنك.

ب/ رهن المنقولات : وقد تكون بضاعة، أوراق مالية، آلات ...إلخ.

وهنا يمكن للبنك التصرف فيها في حالة عدم قدرة المقترض على الوفاء بدينه.

كما أن للضمانات أهمية بالغة فهي تحمي البنك من خطر ضياع حقوقه، لذا فيجب على البنك أن يكون حذرا في قبول الضمانات إذا لابد عليه من إعتماد الدقة في مراجعة وتفحص وثائق إثبات الحيازة للأشياء المقدمة كضمان.

المطلب الثاني : آليات الإقراض

سنعرض في هذا المطلب تطور وجهات نظر المفكرين الإقتصاديين في سياسة الإقراض ثم نتطرق الى أهم السياسات التي إتبعها البنك في مجال الإقراض .

1- تطور وجهات نظر البنوك في مجال الإقراض :

تقتصر السياسة التقليدية للإقراض على تقديم قروض قصيرة الأجل والموجهة إلى الإنتاج الحقيقي (إنتاج السلع) وهو ما يعد تطبيقا لنظرية القروض التجارية commercial loan theory الذي يجعلها تتسم بخاصتين أساسيتين [2]:

- القروض تسدد نفسها

- أن القروض آلية بمعنى أن قيمة بيع الإنتاج سوف تغطي قيمة القرض هذا يعني توجيه القروض إلى التجارة، الزراعة والصناعة، أما القروض الإستهلاكية فتتجنب البنوك منحها إذ أنها قروض غير منتجة بالإضافة إلى الإستثمار في الأصول التي يمكن تحويلها إلى سيولة بسرعة وبدون خسارة.

ويدعم مؤيدي هذه النظرية أفكارهم من خلال إعتبار الموارد المالية للبنك في أغلبها ودائع تحت الطلب أو خلال فترة قصيرة، لذا لابد أن تكون متجانسة مع استثمارات البنك بالإضافة إلى أن القروض

---

[1]- Farouk bouyacoub , l'entreprise &le financement bancaire , op cit p227

[2] - د/. منير إبراهيم الهندي ، إدارة البنوك التجارية - مدخل اتخاذ القرار- ، مرجع سابق ، ص 16

المعطاة تمول أساسا من ودائع هي ملك للغير لهذا يتم توجيهها إلى تمويل سلع حقيقية تضمن إسترداد القروض.

- تم الرد على هذه النظرية بأن تقديم القروض تسدد نفسها أمر كان مقبول في الماضي حيث لم تكون هناك رقابة حكومية تعمل على سلامة إجراءات وقرارات الإقراض وتتدخل بالمساعدة في الوقت المناسب، بالإضافة إلى أن توجيه القروض إلى إنتاج السلع الملموسة لا يمكن إعتباره حماية مؤكدة لأنه قد تفشل المنشأة المقترضة في تصرف السلع وهذا يؤدي إلى صعوبة إسترداد البنك لمستحقاته . أما بالنسبة إلى القروض االإستهلاكية التي اعتبرتها غير منتجة فتم الرد عليها بأن المستهلكين هم الذين يشترون السلع الحقيقية وبالتالي رفض تقديم قروض لهم معناه تراكم السلع و بهذا يصعب على المنتجين الوفاء بإلتزاماتهم تجاه البنك، كما يضيف هؤلاء المفكرين إلى أنه يوجد هناك مستهلكين لهم قدرة كبيرة على تسديد ما عليهم من مستحقات.

أما إذا نظرنا إلى الآجال فمن المعروف أن التنمية الإقتصادية تتطلب قروض متوسطة وطويلة الأجل الأمر الذي يفرض على البنوك التجارية التوجه إلى تقديمها بالإضافة إلى القروض قصيرة الأجل و إلا سوف يتجه المقرضين إلى الأسواق المالية كبديل لهم لتغطية احتياجاتهم وبالتالي يحدث تسرب للودائع من البنوك.

- يرد المفكرين على فكرة استخدام الودائع باعتبارها مصدر تمويل قصير الأجل في تمويل مشاريع طويلة الأجل بأنه وفقا لقانون المتوسطات law of averages فإنه إذا ما تم سحب مبلغ معين من الودائع فإحتمال كبير أن يتم إيداع مبلغ يساوي أو يقترب منه وبالتالي ينتج إستقرار الموارد المالية للبنك مما يجعله قادر على استخدامها في الآجال المتوسطة والطويلة [1].

- كنتيجة لهذه الإنتقادات ظهر فكر جديد يبين لنا أنه ليست العبرة في توجيه القروض لتمويل سلعة تباع قبل تاريخ استحقاقه لأنه لا يوجد ما يضمن لنا أن السلعة التي عليها الطلب اليوم سيكون عليها الطلب في الغد، لذلك لبد من النظر إلى الدخل المتوقع من النشاط الذي استخدم فيه القرض لا إلى النشاط في حد ذاته وهذا ما عرفه الإقتصاديين بنظرية الدخل المتوقع Anticipated income theory والتي ترى أنه إذا كان إحتمال الحصول على دخل من نشاط معين كبير ويكفي لخدمة الدين ينبغي الموافقة على القرض بغض النظر عن فترة القرض ما إذا كانت قصيرة أو متوسطة أو طويلة أضف إلى ذلك أنه في حالة الإزدهار الإقتصادي وزيادة الطلب على القروض طويلة الأجل والبنك مصر على منح قروض قصيرة الأجل فإن هذا يؤدي إلى وجود أموال عاطلة لدى البنك.

---

[1]- د/ منير إبراهيم الهندي ، مرجع سابق ، ص 18-19

- ما يلاحظ على أغلبية البنوك أنها تميل لإستخدام نظرية الدخل المتوقع، فحتـــى البنــوك المتحفظـــة والتي تعمل بنظرية القروض التجارية نجدها تعتمد نفس الفكرة ولكن بطريقـــة أخـــرى لهـــي تجديـــد القروض قصيرة الأجل استجابة لطلب العميل لعدد من السنوات مما يجعله تقترب من القروض طويلـــة الأجل [1] .

- من خلال كل ما سبق يمكن الإشارة إلى أن الأسس المعتمدة في تحديد نوعية الإســتخدام لا تخـــرج عن نطاق ثلاث أهداف لهي : الربحية، السيولة والآمان، فنظرية القـــروض التجاريـــة تحقـــق هـــدف السيولة (تقديم قروض قصيرة الأجل) والأمان (عدم إقراض المستهلكين) أما نظرية الـــدخل المتوقـــع فتحقق عامل الربحية، لكن لو نظرنا إلى الإتجاه الحديث لهو أكثر استخدما في الوقت الحالي من طرف معظم البنوك لوجدنا أنه لا يهتم بطبيعة القرض في حد ذاته بقدر ما يهتم بالمزايا التي يحققها القـــرض للبنك، وعلى هذا الأساس فإنه يستطيع البنك استخدام أمواله في أي مجال ولأي فترة شريطة أن يعمـــل على ضمان سلامتها ويحقق عائد مجزي منورائها يتلاءم مع المخاطر التي ينطـــوي عليهـــا قـــرار الإستثمار ويساعده على جذب العملاء إلى البنك وأن لا ينتج عنه انخفاض في السيولة مما يؤدي إلـــى انخفاض قدرة البنك على الوفاء بالتزاماته تجاه العملاء، وبالتالي نستطيع القول بأن عمليـــة اســـتخدام الأموال من طرف البنك تتم وفق أسس و إعتبارات يتحتم على البنك الأخذ بها ومراعاتها عند توظيف أمواله بغض النظر عن طبيعة الإستخدامها والمتمثلة في السيولة، الربحيـــة والأمـــان، وهـــذا لأجـــل المحافظة على مكانته المصرفية في ظل التغيرات الحاصلة في المحيط المالي الداخلي والخـــارجي إذ نجد البنوك أصبحت تعمل على تطوير خدماتها التقليدية كما تعمل على إبتكار مجالات استثمارية جديدة ومربحة بالإضافة إلى إستعمالها الأساليب والطرق العقلانية في استخدام أمواله.

2- السياسات المتبعة في الإقراض :

من أهم هذه الطرق والأساليب الإستراتيجية التي يتبعها البنك في مجال الإقراض ما يلي :[2]

2-1- حجم الأموال المتاحة للإقراض :

وهنا يتحتم على البنك أن يكون حجم القروض الكلية لا يزيد عن نسبة معينـــة مـــن المـــوارد الماليـــة المتاحة لدى البنك، وتظهر مرونة هذه السياسة من خلال إمكانية البنك مـــن رفـــع وتخفـــيض حجـــم الإستثمارات في القروض على حسب إرتفاع و إنخفاض الموارد المالية المتاحة، كـــذلك هـــذه النســـبة تتغير بتغير الوضع الإقتصادي، ففي فترات الرواج على البنك أن يعمل كل ما بوسعه لتحقيـــق نســـبة

---

[1]- د/ منير إبراهيم الهندي ، مرجع سابق ، ص20

[2] - د/ منير ابراهيم الهندي ، مرجع سابق ، ص 250-221 ، و د/ عبد المطلب عبد الحميد ، البنوك الشاملة عملياتها وإدارتها ، مرجع سابق ص67

الإقراض المحددة حتى لا يقع في خطر سيولة، أما في فترات الكساد فعليه أن ينقص من النسبة المحددة للإقراض وذلك في حدود البنوك المنافسة التي لها نفس حجم الموارد المالية.

2-2- سياسة التنويع

إن التنويع في الإستثمارات يؤدي إلى تخفيض أو تقليص المخاطر التي قد يتعرض لها البنك وتتم هذه الإستراتيجية من خلال مثلا :

- التنويع في القطاعات التي توجه لها القروض.
- التنويع في تواريخ الإستحقاق .
- التنويع على أساس الموقع الجغرافي للنشاط الذي توجه إليه القروض .

كذلك أن يحدد مقدار ونوع القرض الذي يمكن إعطاءه لقطاع معين أو لعميل معين .

بالإضافة إلى الأهمية التي يعطيها البنك لمجال على حساب الأخر فقد يرى مثلا أن استثماره في القروض الموجه لقطاع الزراعي أفضل من غيره...إلخ .

أما في الدول النامية فهي تواجه مشكل تدخل الدولة في تحديد وتوجيه القروض حسب طبيعة السياسة التنموية للبلد وهذا ما يحدد من تطبيق هذه السياسة .

2-3- مستويات إتخاذ القرار :

كانت تتم بتوزيع مستويات اتخاذ القرار فمثلا بالنسبة للقروض الصغيرة يكون القرار بيد وكالة البنك أما المتوسطة فتكون بيد الفرع والمبالغ الكبيرة بيد البنك الأم، لكن في الوقت الحالي نتيجة توفر وسائل الإتصال وخاصة الإلكترونية أصبح يتم الإتصال مابين المستويات الثلاثة من خلال الرسائل الإلكترونية وبالتالي يستطيع أي مستوى منح أي نوع من القرارات الخاص بأي قرض سواء كان قصير، متوسط أو طويل، والهدف من هذا هو ضمان عدم تضييع الوقت وسرعة إتخاذ القرار خاصة إذا كان طالبي القرض في عجلة من أمرهم، والغاية المرجوة من هذا كله هي جذب العملاء للبنك وعدم تضييع الفرص البديلة على البنك.

2-4- شروط الإقراض :

ويقصد بها كل ما يتعلق بالقرض من تحديد حد أقصى للقروض الممنوحة وأن لا تتجاوز نسبة معينة من رأس مال البنك وهذه الأخيرة يحددها البنك المركزي، كذلك تحديد حد أقصى لتاريخ استحقاق القرض وإتباع استراتيجيات في تحديد معدل الفائدة على القرض وهل يبقى ثابت أو يتغير خلال فترة القرض؟ ، بالإضافة إلى الضمانات التي تلجأ إليها البنوك وكل ما يتعلق بها من أجل تأمين قرضها من الضياع.

2-5- متابعة القرض :

الغاية المرجوة من متابعة القرض هي إكتشاف الصعوبات التي قد تعترض آخذ ه في عدم القدرة على التسديد والتدخل في الوقت المناسب من أجل حفظ القرض من الضياع.

2-6- ملفات القرض :

كانت عملية طلب القرض تتم من خلال تقديم وثائق رسمية تبين الوضعية المالية للعميل حتى يتسنى لها إعطاءه القرض أو عدم إعطاءه، أم في الوقت الحالي فبالإضافة إلى الطريقة السابقة أصبحت الطلبات تتم من خلال إستخدام قنوات الإتصال عن بعد المختلفة وخاصة الإنترنيت ويتم من خلاله الحصول على المعلومات الكافية الخاصة بالعميل خاصة إذا كانت مؤسسة كبيرة فيتم الحصول عليها من خلال الأسواق المالية، وهدف البنك من تجميع هذه المعلومات هو التعرف على مدى قدرة العميل على الوفاء بقيمة القرض وكذا تحديد نوعية وطبيعة المخاطر المحيطة به وكيفية التحكم فيها .

بعد الحصول على الطلب يتم تحليله من طرف خبراء في مجال الإقراض .

2-7- استراتيجيات أخرى:

من المعروف أن الطاقة الإستثمارية للبنوك ليست مطلقة بل محدودة بمدى قدرته على الحصول على الموارد المالية المتاحة، فإذا تقدم أحد كبار العملاء بطلب قرض يفوق قدرة البنك هنا يقع البنك أمام أمرين العمل على توفير القرض للعميل وبالتالي الحفاظ عليه وعلى رصيده الكبير في الحسابات الجارية ،وإما أن يرفض فيخسره، وحتى لا تقع البنوك في هذا المشكل فإنها تحاول استخدام عدة استراتيجيات من أهمها :

2-7-1- تعديل خطة الإقتراض والسداد :

قد يمتنع البنك عن إعطاء قرض نتيجة لحاجته للموارد المالية في تاريخ يسبق تاريخ تسديد القرض رغم أن الموارد المالية متاحة له وتكفي لذلك، هذا ما يجعل البنك يقترح على العميل عدة بدائل منها:

- تقديم القرض شريطة تسديده على أقساط تناسب ظروف الطرفين .
- مساعدة البنك العميل في إعادة تخطيط موارده المالية واستخداماتها.

2-7-2- المشاركة في تمويل القرض :

يطلب البنك من بنك آخر أو عدة بنوك لمشاركته في تمويل القرض الذي طلبه العميل ، وإذا تم الإتفاق بينهم فإنه العائد الذي يدره القرض تقتسمه البنوك المشاركة كذلك المخاطر والتكاليف التي تنطوي عليها عملية الإقتراض . عملية المشاركة تحكمها قواعد وضوابط حددتها مؤسسة روبرت موريس

. [1] (Robert Morris Association)

2-7-3- توجيه العملاء إلى وسائل بديلة :

وهنا اتبعت البنوك أساليب متعددة فمثلا إذا كان أراد أحد المودعين (خاصة الكبار منهم) شراء آلات هنا يستطيع البنك إقناعه بفكرة الإستئجار بدل الشراء حيث يتصل البنك بأحد المنشآت المتخصصة في التأجير ويتم التفاوض معها (قد تكون أحد الشركات الشقيقة للشركة القابض) بدل العميـل، وهـذا مـا عملت به معظم بنوك الولايات المتحدة الأمريكية والأوروبية وكذلك بعض البنوك العربية، وهـو مـا يعرف باستراتيجية التأجير التمويلي ولأجل تغطية الحاجات المختلفة للعملاء في هذا المجـال عملـت البنوك على اشتقاق أنواع متعددة منه التأجير التشغيلي، التأجير التمويلي و التأجير المقـرون برافعـة تمويلية [2] – سنتعرف عليهم لاحقا - .

- بالإضافة إلى الإستخدامات النقدية التي سبق ذكرها نجد البنوك عملت على إبتكار مجالات إسـتخدام أخرى تعرف بالإستخدامات غير النقدية تمنحها البنوك للعملاء من أجل تسهيل أعمالهم، وتكـون هـذه التوظيفات ذات مردودية إذا أحسن أداءها و إلا فقد تلحق بها خسارة فادحة إذا لم تحسـن إسـتخدامها وهذا لأنها تؤثر على سيولة البنك فهو يأخذها بعين الإعتبار في تقدير سيولته الكلية ذلك أنهـا تتحـول إلى إلتزام حقيقي إذا أخل المكفول بشروط الكفالة، ومن بينها :

- **خطاب الضمان أو الكفالات** : هو إلتزام غير أكيد يصادق عليه البنك لصالح أحـد عمـلاءه ينتهـي بإنتهاء فترة الضمان [3] وفيه عدة أنواع : خطاب الضمان الإبتدائي، خطاب الضمان للدفوعات المقدمة خطاب الضمان النهائي.

- **الإعتماد المستندي** :

خدمة الاعتماد المستندي الحديث لا تختلف في أساسها عن التقليدية حيث يمكن تعريفه حسب الغـرض منه بـأنه وسيلة من وسائل الدفع المستخدمة في التجارة الدولية [4] .

- أما إذا عرفناه حسب الإلتزام الناشيء بموجبه، فهو تعهد مكتوب يصدره بنك يسمى فـاتح الإعتمـاد بناءا على طلب عميله، يتعهد هذا البنك بمقتضاه لطرف ثالث يسمى المستفيد (المصدر) بـأن يـدفع أو يقبل أو يخصم قيمة الكمبيالات المصاحبة لمستندات الشحن طالما كانت تلك المستندات مطابقة لشـروط هذا التعهد [5] .

و الإعتماد المستندي عدة أشكال :

---

[1]- لتوسيع أكثر أنظر : د/ منير إبراهيم الهندي ، إدارة البنوك التجارية مدخل إتخاذ القرارات ، مرجع سابق ، ص 176.

[2] FAROUK BOUYACOUB , l'entreprise &le financement bancaire ,op cit, p253-258

[3]- د/ صبحي تادريس قريصة ومدحت محمود العقاد ، النقود والبنوك والعلاقات الإقتصاد الدولية ، دار النهضة العربية 1963 ، ص 137.

[4]- د/ عبد المطلب عبد الحميد،البنوك الشاملة عملياتها وإدارتها ، مرجع سابق ، ص 248

[5]- د/ حسين توفيق ، التجارة الخارجية (دراسة تطبيقية) ، دار النهضة العربية ، القاهرة 1998 ، ص 203

الإعتماد المستندي القابل للنقض، المعزر، غير قابل للنقض، غير معزر القابل للتحويل وغير قابل للتجزئة [1] .

لقد أصبحت البنوك تستعمل أساليب حديثة في القيام باجراءات الاعتماد كاستخدام الشبكات الدولية الالكترونية في تحويل الأموال بالإضافة إلى الاستفادة من خدمات الفروع في الخارج وخدمات المؤسسات الشقيقة وكذا إرسال وثائق الاعتماد بطريقة الكترونية ...الخ

[1] - Kamal c ,les credit documentaires ,édition grand livres , Alger 1994 ; p 12- 93

خاتمة الفصل:

ما يمكن ملاحظته على البنوك أنها تعمل باستمرار من أجل الوقوف في وجه المنافسين والمحافظة على مكانتها المصرفية من خلال الزيادة في حصتها السوقية، ويتم تحقيق ذلك بتطوير الخدمات التقليدية والعمل على إدخال التكنولوجيا الحديثة و إبتكار أو إستحداث أنواع جديدة من الخدمات ومحاولة تمييزها عن مثيلتها في البنوك الأخرى، كما إستعملت البنوك العديد من الإستراتيجيات لزيادة مواردها المالية و إستخدامها بأساليب عقلانية تحقق لها الأهداف المرجوة، وهذا ما رأيناه في هذا الفصل حيث تطرقنا الى الخدمات التقليدية التي تعتبر أساس الخدمات الحديثة وتطورات وجهت نظر البنك إليها، ورأينا كيف توصل البنك الى أنه لابد من الاهتمام بكل أنواع الخدمات فلكل واحدة منها خصائص تحقق أهداف البنك وحاجات المتعاملين، ثم بعد ذلك تطرقنا الى أهم الاستراتيجيات المتبعة في جذب الموارد المالية المتاحة وكذا الأساليب التي تساعد البنك في استخدامها في مجالات متعددة بطريقة مثلى تحميه من مخاطر الضياع .

إن رغبة البنوك في التوسع و الانتشار لتحقيق أهدافها في ظل التغيرات العالمية الحاصلة دفعتها إلى تغيير وجهات نظرها في تقديم خدماتها المصرفية، حيث نجد العديد من الدول قامت بتحرير خدماتها المصرفيةوالمالية نتيجة لانضمامها إلى إتفاقية تحريرتجارة الخدمات المالية والمصرفية وما لذلك من آثار على كفاءة واستقرار المصرف .

الفصل الثاني :

الخدمات المصرفية الحديثة

الفصل الثاني :الخدمات المصرفية الحديثة

مقدمة :

لقد تغيرت نظرة المصارف إلى العمل المصرفي من مجرد تأديتها لخدمات تقليدية تتمثل في تلقي الودائع من مختلف المتعاملين الإقتصاد يين وتقديمها في شكل قروض لطالبيها و المحتاجين إليها إلى تقديم خدمات حديثة وبتوجهات تتلائم مع أهدافها المتنوعة بتنوع مهامها ووظائفها التي تكتسي في كل مرة طابعا من التجديد و الإستحداث الناشئ عن إقتحامها مجالات جديدة ترى فيها بقائها ونمائها و إزدهارها بالإضافة إلى حصولها على الأرباح، وكل ذلك من أجل مواكبة التطور بأوجهه التكنولوجي والمعلوماتي الذي شهدته كل مناحي الحياة، ويتم ذلك بتوظيف كل إمكانياتها في جذب التقنية المصرفية الحديثة و الإستثمار فيها وتدريب العاملين على استخدامها لتلبية الإحتياجات المتزايدة لعملائها من الخدمات المصرفية وتقديمها لهم بأرقى وأفضل الطرق وبسرعة وفعالية مناسبة، بالإضافة إلى الإستعداد للمنافسة المحلية والإقليمية والدولية وإعطائها حقها من الإهتمام حتى تستطيع البنوك التعامل مع متطلبات التغيرات الإقتصادية من عولمة و إنفتاح الأسواق.

بالتالي الحفاظ على مكانة البنك في السوق النقدي ليس بالأمر الهين بل يتطلب الإستثمار في مختلف المجالات وخاصة المتدنية المخاطر وتقديم خدمات مصرفية تضاهي مثيلاتها في البنوك المنافسة بالإضافة إلى محاولتها ابتكار أو استحداث خدمات مصرفية تنسجم مع اتجاهات السوق وتواكب المستجدات في المصارف العالمية، كذلك محاولة ربط الخدمات المصرفية بالتطور الحاصل في سوق المعلومات و الإتصالات و الإستمرار في ترسيخ وتجسيد بيئة تحفيزية وتشجيعية تساعد في استكشاف الفرص التسويقية المتاحة وبالتالي زيادة الحصة السوقية من الخدمات المصرفية.

سنحاول في هذا الفصل توضيح الإتجاهات الحديثة التي اتبعتها البنوك في تقديم خدماتها المصرفية ولأجل ذلك قسمنا هذا الفصل إلى ثلاث مباحث :

المبحث الأول : إتفاقية تحرير تجارة الخدمات .

المبحث الثاني : أشكال الخدمات المصرفية الحديثة .

المبحث الثالث : إستراتيجيات التسويق الحديث .

المبحث الأول : تحرير تجارة الخدمات المصرفية والمالية.

تعتبراتفاقية تحرير تجارة الخدمات المصرفية والمالية أحد أهم التغيرات البارزة في المجال المصرفي، ولهذا سنتناول في هذا المبحث بعض المفاهيم العامة حول هذه الاتفاقية، وبعد ذلك نتناول إنعكاساتها على أعمال البنوك، ثم نتطرق الى ظروف دخول الدول العربية فيها .

المطلب 1 : مفاهيم عامة حول الإتفاقية:

سنحاول في هذا المطلب التعرف على مبادئ الإتفاقية، ثم نتطرق إلى مفهوم تحرير تجارة الخدمات المصرفية والمالية بعدها نعرض مزايا الإتفاقية على الخدمات المصرفية.

1- مبادئ اتفاقية تجارة الخدمات المصرفية والمالية :

تعتبر الإتفاقية العامة لتجارة الخدمات "الجات" (GATS) هي السند الأساسي لتحرير الخدمات المصرفية والمالية ولقد بدأ الحديث عنها مع افتتاح جولة أوروجواي في 30 ديسمبر 1986 فيما يسمى بإعلان بوفناديليس، وفي 15 ديسمبر 1993 ظهرت الوثيقة الختامية للإتفاقية تضمنت 29 مادة محددة فيها كل جوانبها القانونية والعملية .

تم توقيع الإتفاقية من طرف 70 دولة عام 1997 وهذا على أساس أن سريانها بكامله يبدأ في 1999[1] كما أنها ترتكز على عدة مبادئ وقواعد والتي يجب مراعاتها عند تطبيق الإتفاقية تتمثل في ما يلي[2] :

- مبدأ زيادة مشاركة الدول النامية
- مبدأ عدم السماح بالاحتكارات والممارسات التجارية المقيدة [3] .
- تطبيق مبدأ تعميم المزايا على كافة دول الأعضاء.
- عدم التفرقة أو التمييز بين الشركات الأجنبية والوطنية في أداء الخدمات.
- الالتزام بمبدأ الشفافية أي كل القيود التي تضعها الدول على الخدمات تكون معلنة وواضحة للجميع.
- مبدأ تحرير التدريجي من خلال تخفيف القيود تدريجيا لوصول الأجانب إلى الأسواق الوطنية لدول الأعضاء.

يخضع تنفيذ هذه المبادئ إلى الإطار العام للإتفاقية الذي يحدده الإلتزام العام الذي يسري على كافة الأطراف والتعهدات التي تقدمها كل دولة.

---

[1] -د/ عبد المطلب عبد الحميد ، العولمة واقتصاديات البنوك، الدار الجامعية ، القاهرة ، 2001 ، ص 109.

[2] - د/ صلاح الدين حسن السيسي ، القطاع المصرفي و الإقتصاد الوطني (القطاع وغسيل الأموال) ، عالم الكتب ، بدون سنة ، ص 107.

[3] - لتوسيع أكثر أنظر :د/ عبد المطلب عبد الله ، مرجع سابق ص 114 - 117 ، و : د/ محمود أبو العيون ، تحرير التجارية الدولية في الخدمات بين الطموحات والواقع ، مؤتمر انعكاسات دورة أوروجواي على الدول العربية ، قسم الإقتصاد ، جامعة القاهرة ، 1996 ، ص 9.

- وبالتالي نستطيع القول بأن الإتفاقية سوف تؤدي إلى تغيير مسار العمل البنكي الأمر الذي يدفع المنظومة البنكية للتجاوب مع الآثار والتحديات التي نتجت وستنتج عنها ، يتم ذلك من خلال إتباع أساليب واستراتيجيات جديدة تمكنها من تعظيم عوائدها وأن يكون لذلك آثار إيجابية على البنك من كل الجوانب وكذلك تعمل على التقليل من المخاطر والأعباء التي تعترضها.

2- مفهوم تحرير تجارة الخدمات المصرفية والمالية :

يختلف مفهوم تحرير تجارة الخدمات عن تحرير تجارة السلع، حيث أن هذه الأخيرة يعترضها مشكل التعريفات الجمركية، أما الأول فلا يعترضها مشكل عبور الحدود، والقيود تظهر من خلال القوانين والقرارات التي تضعها الدول لذلك آتت إتفاقية تحرير تجارة الخدمات من أجل العمل على التقليل إلى الحد الأدنى منها والوصول إلى التحرير الكامل في تجارة الخدمات وتحقيق ما يعرف بنظام التبادل الحر للخدمات[1].

إذن كلما كان هناك تحرير في القوانين والتشريعات والقواعد والإجراءات التي تعرضها الدولة كلما كان تحقيق لهذه الإتفاقية.

- لو نظرنا إلى مضمون الإتفاقية لوجدنا أن الجزء الأول منها يحدد فيه المقصود بالتجارة في الخدمات بالاستناد إلى نمط تأديتها، بالإضافة إلى الخدمات الشمولية لهي آية خدمة في أي قطاع عدا الخدمات التي تقوم على أساس غير تجاري وهكذا فإن الإتفاقية تشمل جميع الخدمات ذات الطابع التجاري القابلة للتداول والتي لا تدخل ضمن وظائف الدولة الرئيسية وأهمها الخدمات المالية والمصرفية [2] والمتمثلة فيما يلي [3] :

- قبول الودائع والأموال بين الأفراد والجهات.
- الإقراض بكافة أشكاله، بما فيها القروض الإستهلاكية، والإئتمان العقاري والمساهمات وتمويل العمليات التجارية.
- التأجير التمويلي.
- خدمات المدفوعات والتحويلات، بما فيها بطاقات الإئتمان والخصم على الحسابات والشيكات المصرفية.
- خطابات الضمان و الإعتمادات المستندية.
- التجارة لحساب المؤسسة المالية أو للغير في السوق الأولية أو غيرها وذلك في الأدوات التالية :
  + النقد الأجنبي.

1- د/ عبد المطلب عبد الحميد ، العولمة واقتصاديات البنوك ، مرجع سابق ، ص

2- د/ عاطف السيد ، الجات والعالم الثالث ، مطبعة رمضان ، الإسكندرية ، 1999 ، ص 16.

3- د/ عبد المطلب عبد الحميد ، العولمة واقتصاديات البنوك ، مرجع سابق ص 120.

+ المشتقات المصرفية والمالية بأنواعها.

+ أدوات سعر الفائدة وسعر الصرف مثل المبادلة والاتفاقات الآجلة.

+ الأوراق المالية القابلة للتحويل.

+ الأدوات الأخرى القابلة للتفاوض والأصول المالية الأخرى بما في ذلك السبائك.

- الاشتراك في الإصدارات لكافة أنواع الأوراق المالية بما في ذلك الترويج والإصدار الخاص كوكيل وتقديم الخدمات المختلفة بالإصدارات.

- أعمال السمسرة في النقد.

- إدارة الأموال مثل الإدارة النقدية، محافظ الأوراق المالية، خدمات الإيداع وحفظ الأمانات.

- خدمات المقاصة والتسوية للأصول المالية بما فيها الأوراق المالية والمشتقات والأدوات الأخرى القابلة للتفاوض.

- تقديم وإرسال المعلومات والبيانات المالية وخدمات البرامج الجاهزة المرتبطة بها بواسطة مقدمي الخدمات المالية الأخرى.

- تقديم الاستشارات ، خدمة الوسائط المالية والخدمات المالية المساعدة الأخرى وذلك لكافة الأنشطة سالفة الذكر بما يشمل الخدمات المرجعية للمعلومات عن العملاء لأغراض الإقراض، تحليل الإئتمان إجراء البحوث، تقديم المشورة للإستثمار، إدارة المحافظ للأوراق المالية، تقديم الخدمات الإستشارية في مجال التملك وإعادة الهيكلة ووضع الإستراتيجيات للشركات والمؤسسات، ويلاحظ أن الخدمات المصرفية والمالية عدا التأمين تشمل الخدمات المصرفية التقليدية والمعاملات المصرفية بالأدوات الحديثة وأعمال الأسواق المالية [1].

3- مزايا الإتفاقية على الخدمات المصرفية :

لقد أثبتت الدراسات في مجال الخدمات أن تحرير تجارة الخدمات تنتج عنها مكاسب كبيرة على مستوى الإقتصاد ككل، حيث أوضحت الدراسة التي قام بها (1997-1996) Levine و King and Levine (1993) أن الدول النامية والمتقدمة ذات القطاعات المفتوحة زادت فيها معدلات النمو بصورة أسرع من تلك الدول ذات القطاعات المالية المغلقة [2].

- لو نظرنا إلى الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية والبالغ عددهم 135 عضو حسب المؤتمر الوزاري الثالث للمنظمة والذي انعقد في سياتل في ديسمبر 1999، لوجدنا أن حوالي 65 دولة لم تنظم إلى إتفاقية تحرير تجارة الخدمات على الرغم من أن الدراسات والتحليلات المتعددة

---

[1]- د/ عبد المطلب عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص 120-121.

[2]- د/ طارق عبد العال حماد ، التطورات العالمية وانعكاساتها على أعمال البنوك ، الدار الجامعية ، الإسكندرية 1999، ص 28.

بينت أنه توجد العديد من المزايا التي تنتج عن تطبيق الإتفاقية وخاصة في مجال الخدمات المصـــرفية ومن أهم هذه المزايا ما يلي [1]:

- تجعل القطاع المصرفي أكثر كفاءة واستقرار.
- تؤدي إلى اتساع سوق الخدمات المصرفية وبالتالي الإستفادة من اقتصاديات الحجم الكبير من خلال تزايد عمليات الإندماج و الخصخصة.
- الآثار الإيجابية للمنافسة الدولية على الخدمات المصرفية بحيث تدفع البنوك إلى زيادة كفاءة تقـديم خدماتها وتخفيض التكاليف تقديمها بالإضافة إلى تقليص فروق أسعار الفائدة مـا بـين القـروض والودائع وهذا كله من أجل تلبية حاجات المستهلكين بجودة عالمية وأسعار معقولة وفي أسرع وقت.
- تحرير القطاع المصرفي يضع ضغوطا على الحكومات لتبني سياسات نقدية مقبولة ومناسبة.
- تنويع وتطوير التقنيات المصرفية وكذا نظم وأساليب العمل التي تساعد على زيادة درجـة التقـدم التكنولوجي في المجال المصرفي وما لذلك من أثار على الخدمة .
-العمل على إعادة هيكلة الجهاز المصرفي وتقديم خدمات مصرفية جديدة والتوسع فيها .
- نقل المهارات وتطوير الخدمات عن طريق الاحتكاك عن قرب بالبنوك الأجنبية .

المطلب 2 : إنعكاسات الإتفاقية على أعمال البنوك :

إن عملية تحرير تجارة الخدمات المصرفية والمالية سوف تخلق العديد من التحديات أما الكثيـر مـن الدول وكذلك أما العاملين في المجال المصرفي، لذلك على البنوك التكييف مع هذا الموضـوع الجديـد ويتم ذلك من خلال تقديم خدمات مصرفية تضاهي مثيلاتها في باقي دول العالم حتى تستطيع الصـمود أمام المنافسين، لذلك ارتأينا أن نعرض في هذا المطلب بعض التحديات المترتبة علـى الـدخول فـي الإتفاقية .

1- الإنعكاسات الداخلية:

هنالك العديد من الإنعكاسات الداخلية يمكن تلخيصها فيما يلي [2] :

1-1- تشبع السوق المصرفية المحلية :

إذا كانت السوق المصرفية المحلية لا تحتمل دخول المزيد من المصارف لتقديم خدماتها ، هذا يعنـي حدوث ما يعرف بالوفرة المصرفية التي تؤدي إلى خلق العديد من المشاكل، فوجود إفـراط أو وفـرة مصرفية معناه أن هناك العديد من البنوك تعرض خدماتها في سوق مصرفية محدودة، ولخـروج مـن هذا الوضع نحاول إحداث المزيد من الإندماج للكيانات المصرفية وخاصة الضعيفة منها والغير قادر

---

[1] - د/ عبد المطلب عبدالحميد، العولمة و إقتصاديات البنوك ، مرجع سابق ، ص 128 - 129.

[2] - د/ عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق ، ص 132.

على الصمود أما المنافسين.

1-2– عدم قدرة البنوك الصغيرة على الصمود:

قد يؤدي تحرير تجارة الخدمات المصرفية إلى تخفيض قدرة البنوك المحلية من الاستمرار في ظل أداء ضعيف وهذا لأن المنافسة المتزايدة تخفض من ربحية القطاع المصرفي وكذا حصته السوقية في تقديم الخدمات المصرفية .

- تم الرد على هذا العنصر بأن المنافسة تدفع إلى تحسين الأداء والبقاء في السوق و بالتـالي تـزداد الحاجة إلى التطور، الابتكار، تحسين الإدارة، تعزيز القدرات التنظيمية والإشرافية للسلطات النقدية مما ينعكس إيجابا على الخدمات المصرفية.

1-3- التعرض لبعض المخاطر السوقية:

تخوف البنوك من مخاطر السوق الناتجة أساسا عن تزايد التعامل بالمشتقات المالية .

لكن النظرة الحالية تبين أن المخاطر الناتجة عن الأنشطة التقليدية أكبر منها في المشـتقات بالإضـافة إلى انخفاض معدلات الربحية في الخدمات التقليدية بالمقارنة مع الخدمات المصرفية الحديثة، وهذا مـا دفع البنوك إلى تغير وجهات نظرها وتكريس أموال هائلة في البحث عن طـرق جديـدة واسـتعمال استراتيجيات حديثة في توظيف مواردها المالية.

1-4- إفلاس البنوك الصغيرة :

قد يؤدي تحرير تجارة الخدمات المصرفية إلى فشل وإفلاس بعض البنوك خاصـة الصـغيرة منهـا وهذا يخلق أزمة مصرفية نتيجة لفقد الأفراد لثقتهم في المصرف مما يؤدي إلى سحب ما لـديهم مـن أموال وبالتالي تتزعزع ثقة الأفراد في الجهاز المصرفي ككل وما لذلك من آثار سلبية على الإقتصـاد بأكمله.

- يمكن التغلب على هذا الخطر من خلال الإشراف والتنظيم المحكم للبنك المركزي وعمله المسـتمر على توجيه البنوك وتحديد المشكلات في بدايتها ، وبالتالي يكون هناك الوقت الكافي لإتخاذ التـدابير اللازمة للخروج بحلول تعالج تلك الأزمات قبل وقعها، بالإضافة إلى ضرورة إلتزام البنـوك بالنسـب المالية المعروفة والتي حددتها لجنة بازل .

2- الإنعكاسات الخارجية :

ويمكن تلخيص الإنعكاسات الخارجية فيما يلي[1] :

[1] - د/ عبد المطلب عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص 132.-143

2-1- سيطرة خدمات البنوك الأجنبية:

إن الخوف من سيطرة خدمات البنوك الأجنبية على السوق المصرفية المحليـة بعـد تحريـر تجـارة الخدمات المصرفية يرحع أساسا الى أن الموردين الأجانب أكثر كفاءة من المحليين من حيـث جـودة وكيفية تقديم الخدمة للعملاء وهذا يعود للخبرة المكتسبة في هذا المجال .

ولقد تم الرد على ذلك بأنه ليس من الضروري أن تكون الخدمات المصرفية الأجنبيـة أفضـل مـن الخدمات المحلية وحتى وإن كان كذلك فهو يأخذ كحافز على المنافسة وبالتالي زيادة القـدرة التنافسـية للبنوك المحلية، وهذا ما يدفعها لتطوير خدماتها المصرفية ومحاولتها إبتكار خـدمات جديـدة منافسـة بالإضافة إلى إدخال تقنيات حديثة ومتطورة في تعاملاتها البنكية.

أما فيما يخص حاجة البنوك المحلية لفترة زمنية حتى تتأقلم مع الأوضـاع وإكمـال إسـتعدادها لهـذا الوضع التنافسي، فلقد تم الرد عليه بأن الإتفاقية تتم على مراحل والفضل يرجع إلى الدور الفعال الذي تلعبه الحكومة في هذا المجال من خلال القوانين التي تضعها والمتماشية مع متطلبات المصارف وهـذا حتى لا تتأثر خدماتها المصرفية سلبيا .

2-2- سيطرة البنوك الأجنبية على الخدمات المربحة :

التخوف من توجه خدمات البنوك الأجنبية إلى القطاعات المربحة في السوق فقط وهـذا مـا يعـرف بالإختيار المفضل Cherry- Picking وما لذلك من مخاطر على عدم وصول الخـدمات المصـرفية إلى قطاعات أخرى، ولتفادي الوقوع في هذا الخطـر علـى الدولـة أن تحـاول وضـع سياسـات واستراتيجيات وتدابير تحفيزية لمعالجة مثل هذه الأوضاع [1].

2-3- أثر المنافسة في السوق الخدمات المصرفية العالمية

التخوف من عدم قدرة خدمات البنوك المحلية على المنافسة في سوق الخـدمات المصـرفية العالميـة ومن أجل تجاوز هذه الأزمة على السلطات النقدية أن تعمل على تهيئة البنوك لهذه الظـروف الجديـدة الأكثر تنافسا وهذا من خلال خفض تكاليف التشغيل، تحسين الكفاءة أو الإسـتثمار فـي التكنولوجيـا الحديثة وتكوين العاملين في المصارف، بالإضـافة إلـى تشـجيع البنـوك للاتجـاه نحوالانـدماج والخصخصة وخاصة البنوك الصغيرة التي لا تستطيع توجيه خدماتها إلى مقاييس الخدمات في البنـوك العالمية الأكثر تطورا، بالإضافة إلى تقديم خدمات ذات جودة عالمية وإنتاجية أعلى وبسـعر تنافسـي وبأسرع وقت وغيرها من الإجراءات التي يلاحظ فيها المصرف استقراره وقوته وإزدهاره.

---

[1]- د/ طارق عبد العال ، التطورات العالمية وانعكاساتها على أعمال البنوك ، مرجع سابق ، ص 34-35.

المطلب 3 : ظروف دخول الدول العربية في الإتفاقية

إن التحرير العالمي لقطاع تجارة الخدمات سيكون له آثار سلبية علـــى اقتصـــاديات الـــدول العربيـــة وخاصة مصارفها، وهذا راجع للمنافسة الشديدة التي ستواجهها بالإضافة إلى ضعف مواردها الماليـــة البشرية، التكنولوجية والفقدان الشبه كامل لوعي التكتل، لكن في إطار التوحيد العربـــي القـــائم علـــى نضوج فكرة التعاون والتنسيق الحقيقيين يمكن لهذه الدول تحقيق العديد مـــن المكاســـب فـــي المـــديين المتوسط والطويل وفي كل المجالات، على رأسها القطاع المصرفي كإستيعاب التكنولوجيـــا الحديثـــة وإدخالها في العمل المصرفي من أجل تقديم خدمات ذات جودة عالية وإنتاجية مرتفعة تستطيع الـــدخول بها إلى الأسواق الدولية لمنافسة منتوجات الدول الأخرى، بالإضـــافة إلـــى اســـتقطاب الإســـتثمارات الخارجية، ويتحقق كل هذا بمواصلة الدول العربية في تطبيق برنامج الإصلاح الإقتصـــادي ومحاولـــة افتتاحها على العالم الخارجي، لكن على الدول العربية الإستعداد إلى الآثار السلبية للإتفاقية في المـــدى القصير وخاصة في القطاع المصرفي والعمل على التقليل منها قدر الإمكان، أما الآثار الإيجابيـــة لهـــا فإنها لا تأتي بشكل تلقائي بل تتطلب التحضير المكثف لها من الآن وهذا ما عملـــت بـــه المصـــاريف العربية مؤخرا حيث أنها تبذل جهود جبارة من أجل[1] :

1- تطوير الإطار المؤسساتي لتقديم خدمات ومنتجات مصـــرفية وماليـــة جديـــدة تضـــاهي مثيلتهـــا المصارف العالمية.

2- الإستثمار في التكنولوجية المصرفية و محاولة الاستفادة من التطورات الحاصـــلة فـــي وســـائل المعلوماتية و الإتصال في تقديم الخدمات المصرفية.

3- الإستثمار في الموارد البشرية من خلال تدريب العاملين في المصارف على التفاعل مع متغيـــرات الصناعة المصرفية المستمرة والمتواصلة.

4- مسايرة المعايير العالمية في العمل المصرفي وخاصة في ميدان الإفصاح المالي ، معدلات كفـــاءة رأس المال ، الرقابة المصرفية وشفافية ميزانيات المصارف.

- ومن خلال كل ما سبق يمكن القول أن الدول العربية تعمل كل ما بوسعها من أجل تـــوفير المنـــاخ المناسب لخلق كيانات مصرفية تقدم خدمات قادرة على المنافسة، إلا أن الصعوبات والتحديات مازالت تواجهها خاصة ونحن نعيش تحولات جارية تستأثر كل الجهود على المستوى العالمي من اجل تأسيس تجمعات اقتصادية استراتيجية كالإندماج والتي يتوقع أنها ستقوم بتسيير الإقتصاد العالمي المستقبلي.

لهذا على البنوك العربية إدراك حقيقة المنافسة في الوقت الحالي بأنها قائمة على الفروق بين القـــوانين والنظم المختلفة وكذلك الفروق في مستويات المهارات، البنية التحتية المتوفرة لدى المصارف، التطور

---

[1] - د/ صلاح الدين حسن السيسي، القطاع المصرفي والاقتصاد الوطني - -القطاع المصرفي وغسيل الأموال–مرجع سابق ، ص 105

التكنولوجي للمعلومات، توفير الخدمات المصرفية بمقاييس عالمية ومحاولة التنويع فيها بالقدر الذي يلبي رغبات المتعاملين معها .

المبحث 2 : التنويع في الخدمات المصرفية الحديثة

لقد تميز المحيط المصرفي بالسرعة في المعاملات ومواكبة التطورات الحاصلة في كل المجالات لأجل زيادة رقم أعماله ومحاولة منه ضبط وترشيد مصروفاته وأعبائه، لذلك يستعمل سياسات ائتمانية يوازن فيها بين العائد والمخاطر، وهذا بالنظر إلى موجوداته وحجم السيولة المتوفرة لديه علاوة على وجوب تحقيق التميز في أداء الخدماته المصرفية من خلال إدخال مفهوم التنويع على مصادر التمويل وأدوات الاستثمار، ويزداد هذا المفهوم عمقا كلما اتجه البنك لممارسة أنشطة جديدة لم تكن من قبل وأدخال تطورات تكنولوجيا على الخدمات السابقة لتميزها عن مثيلاتها في البنوك الأخرى ، وسنعرض في هذا المبحث أشكال الخدمات الحديثة التي أصبحت البنوك تقدمها منها :

الإقدام على مجالات استثمارية جديدة، الخدمات التي تقدمها البنوك بنفسها في مجالات غير مصرفية كما سنتطرق الخدمات التي تقدمها البنوك عن طريق الشركات الشقيقة .

المطلب 1 : الإقدام على مجالات استثمارية جديدة :

سنتعرف على بعض الخدمات الحديثة التي أصبحت تقدمها البنوك مركزين الدراسة على خدمة البطاقات المصرفية بإعتبارها أكثر أدوات الدفع إستخداما في الوقت الحالي .

1- التنويع في الخدمات :

إن التحديات الداخلية والخارجية التي واجهتها البنوك شجعتها على إدخال مفهوم التنويع في مصادر التمويل وأدوات الإستثمار من خلال استحداث خدمات مصرفية من بينها ما يلي :

1-1- تقديم خدمات استثمارية للمتعاملين :

من المعروف أن المصارف تشترك في إعداد دراسات مالية للمتعاملين معها عند إنشاء مشروعاتهم منذ سنوات عديدة، ويتم من خلال هذه الدراسة تحديد الحجم الأمثل للتمويل المطلوب، طريقة السداد التي تتلاءم مع سياسة المشروع في الشراء، الانتاج، البيع والتحصيل [1] .

وإن سمت الحداثة اكتسبتها هذه الخدمة من التطورات المستمرة التي شهدتها أساليب وطرق دراسة الجدوى الاقتصادية للمشروع وكذا حتى في دراسة الدورة النقدية وعلاقتها بالمركز المالي، كذلك نجد البنوك أصبحت تستثمر أموال في البحث عن الأساليب الحديثة في تقديم خدمات استثمارية عالية للمتعاملين معها، من خلال متابعة أبحاث القائمين على تحليل المشروعات وارتقاب أحدث الطرق

---

[1]- د/ فلاح حسن الحسيني، مؤيد عبد الرحمن الدوري، إدارة البنوك مدخل كمي واستراتيجي معاصر، دار وائل للنشر، 2000، ص 36..

لاستعمالها في تقديم خدماتها الاستثمارية وهذا كله لأجل رفع كفاءة المشروع وبالتالي تكون قدرته على الوفاء بالتزاماته أقوى، لأن مصلحة المشروع والبنك مشتركة، بالإضافة إلى أن إدخال الأساليب الحديثة في تقديم هذه الخدمة تساعد على زيادة عدد المتعاملين مع البنك.

1-2- ادخار المناسبات :

تشجع المصارف متعامليها للقيام بالادخار لمواجهة نفقات معينة كنفقات الدراسة، شراء مسكن، أثاث منزلي، ... إلخ من خلال تعظيهم الفوائد، منحهم تسهيلات ائتمانية تتناسب مع حجم مدخراتهم كمنح قرض بشروط سهلة و بمبلغ مضاعف للمبلغ المدخر عند حلول المناسبة المدخر من أجلها. وبالتالي هذا النوع من الخدمات يزيد من موارد المصرف بالإضافة إلى أن السحب منه لا يؤثر على موارد المصرف وهذا يرجع لما يلي [1]:

- تنوع المناسبات المدخر من أجلها فهي ليست كلها في وقت واحد.
- ارتفاع عدد المدخرين .

1-3- تمويل عملية الخصخصة وتوسيع قاعدة الملكية :

ويتم ذلك من خلال تقديم قروض طويلة الأجل لاتحادات العاملين المساهمين من خلال حصيلة توزيعات الأسهم المشتراة بالاضافة إلى ما تسدده اتحادات ونقابات العاملين، ويستفيد البنك في مقابل ذلك بإعفاءات ضريبية تقدر بـ 50 %من الفوائد المستحقة [2] ، هذا ما دفعه إلى تقديم مثل هذه القروض وبأسعار فائدة منخفضة تساهم إلى حد بعيد في نجاح برنامج الخصخصة وتوسيع قاعدة الملكية، وبالتالي هذه الخدمة وجهته إليها السلطات النقدية والظروف الاقتصادية التي يعيشها البنك .

1-4- رسملة القروض :

بمعنى استبدال القرض بحصة في رأس المال بعد الفشل في سداد التزامات الشركة المعنية وتأكد البنك أن أسباب تدهور تلك المنشأة يرجع إلى سوء الإدارة، وبالتالي ملكيته لجزء من رأس المال يعطيه الحق في المشاركة في إدارة هذه الشركة والعمل على إعادتها إلى ما كانت عليه من خلال الاستعانة بخبراء في الإدارة المالية للشركات .

2- خدمة البطاقات المصرفية :

تعتبر من أشهر الخدمات المصرفية نتيجة لاستخدامها بشكل واسع في الوقت الحاضر حيث أنها

---

[1] - د/ زياد رمضان، محفوظ جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، دار وائل للنشر، 2000، ص18.
[2] - د/ عبد المطلب عبد االحميد ، العولمة و إقتصاديلت البنوك ، مرجع سابق، ص 57.

أصبحت من الأنشطة الهامة للبنوك التجارية ، كما أنه يتعامل بها الملايين من الأفراد كبديل عن النقد العادي، بالاضافة إلى العدد الكبير من المؤسسات المالية التي تقبل التعامل بها، وتتلخص هذه الخدمة في منح المتعاملين بطاقات بلاستيكية شخصية تحتوي على شريط ممغنط أو على ذاكرة Puce تحمل إسم حاملها، عنوانه، تاريخ الصلاحية، تاريخ الإصدار وإمضاء العميل بالاضافة إلى رقم حسابه ورقمه السري .

- تمنح لأشخاص لديهم حسابات مصرفية لدى البنك المصدر أو أحد فروعه أو البنوك المشاركة في نظام الإصدار المعرف بنظام الدفع الالكتروني والذي ينفذ من طرف الهيئات المصدرة للبطاقة[1] ، كما أنها تمكن حاملها من الاستفادة من خدمات عديدة في مجالات متفق عليها مع الجهة المصدرة لها.

2-1- أنواع البطاقات المصرفية:

يمكن تقسيم البطاقات حسب عدة معايير نذكر منها ما يلي :

2-1-1- تقسيم البطاقات على حسب المزايا:

ونميز فيها نوعين مهمين هما:

آ/ البطاقة الائتمانية :

من المعروف أنها تمثل إئتمانا حقيقيا لحاملها، ولقد عرف هذا النوع من البطاقات تطورات عديدة في أساليب استخدامها، حيث أن التأكيد على عملية الشراء أصبحت تتم بالطريقة الإلكترونية بدل التوقيع اليدوي على قوائم الشراء كما كان يتم سابقا، وقبل عرض الأسلوب الجديد الذي أصبحت تتعامل به بطاقات الإئتمان سنعرض الطريقة التقليدية التي تتم كما يلي:

-يمرر التاجر البطاقة في الجهاز الخاص بها للحصول على المعلومات الشخصية الخاصة بحامل البطاقة، بعد ذلك يتم التوقيع على قوائم الشراء ويرسلها التاجر إلى البنك طالبا منه سدادها خلال 25 يوم كحد أقصى من تاريخ إرسال الفواتير كإئتمان مجاني بدون أن يتحمل أي فوائد أو أي مصاريف إذا راعى هذا الزبون المهلة المحددة، أما في حالة انتهائها ولم يتم تسديد قيمة المشتريات أو جزء فإن البنك يفرض على الزبون فوائد على الرصيد المتبقى بدون سداد بمعدل 1,5% شهريا [2] .

أما الطريقة الحديثة فبمجرد تمرير البطاقة في الجهازالإلكتروني الخاص بها وإدخال الرقم السري PIN * الذي يزود به البنك صاحب البطاقة تنتقل الرسالة الالكترونية مباشرة من جهاز البائع الى البنك ويقوم هذا الأخير بتحويل المبالغ من حساب العميل الى حساب البائع بطريقة الكترونية، أما في حالة

---

[1] - د/ عبد الهادي النجار، بطاقات الائتمان والعمليات المصرفية الإلكترونية ، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية الجزء الأول -الجديد في تقنيات المصارف- ، منشورات الحلبي، بيروت 2002، ص 27.

[2] - د/ عبد الهادي النجار، مرجع سابق، ص 30

* PIN = Personal Identify Number

كون حساب العميل مدين يتم تحويل من الحساب الخاص بالبنك إلى البائع وتسوى فيما بعد العملية بين حساب البنك والعميل (وهذا بعد 25 يوم كائتمان مجاني).

ب/ بطاقة الوفاء Debit Cards *:

تعتبر أكثر البطاقات انتشارا في العالم لأنها تقلل من مخاطر الديون المعدومة لدى البنوك المصدرة للبطاقة، وتعتمد على وجود أرصدة فعلية في صورة حسابات جارية للعميل لدى البنك لمقابلة المسحوبات المتوقعة، بمعنى يتم تلقائيا خصم قيمة المشتريات من حساب العميل في البنك وتحويلها إلى حساب المحل أو المتجر أو المحطة (البائع)، إذن فهي أداة وفاء فقط ولا تمنح للعميل ائتمانا من البنك [1] .

يتم التعامل بهذه البطاقة من خلال تمريرها في الجهاز الخاص بها الموجود في مواقع البيع الخاص بالتجار المتفق معهم، ثم بعد ذلك يتم إدخال الرقم الشخصي أو السري (PIN) الخاص به، فيعلم جميع البيانات المسجلة على البطاقة، وبعدها يتم التوقيع على فاتورة المشتريات وترسل إلى البنك لتحويل المبلغ لحساب البائع [2] . في حالة عدم كفاية رصيد الحساب لقيمة المشتريات يحمل البنك حامل البطاقة فائدة ينص عليها في اتفاقية إصدار البطاقة ويتراوح معدلها 1.5 % إلى 1.85 % شهريا [3] .

نتيجة للتطورات التي شهدتها المنظومة البنكية أصبح جهاز التاجر متصلة مباشرة بمركز البطاقات لدى البنك مصدر البطاقة وتتم التعاملات بين البنك والتاجر من خلال الرسائل الالكترونية، حيث تمرر البطاقة في الجهاز الخاص بها لقراءة البيانات الموجودة في الشريط الممغنط فتنتقل الرسالة الالكترونية إلى مركز البطاقات آليا ثم يتم الاتصال بالفرع المفتوح لديه الحساب للإطلاع على رصيد العميل فإن كان يسمح بالخصم يتم آليا وتضاف إلى حساب التاجر قيمة المشتريات التي سجلها على الجهاز، أما إذا كان الرصيد لا يسمح فسيتم ظهور ذلك على الجهاز بما يفيد عدم إتمام عملية البيع (تلغى)[4].

2-1-2- الأنواع المختلفة لبطاقات المصرفية بحسب الاستخدام :

نتيجة للتطورات التي لحقت باستخدام البطاقات المصرفية في مجالات متعددة وكذا إمكانية إستعمالها على المستوى المحلي والدولي، نستطيع التمييز بين أربع أنواع[5] - وهذا مهما يكن البنك مصدر البطاقة-

---

* تعرف كذلك ببطاقة القيد المباشر أو الفوري ، بطاقة الخصم في موقع البيع و البطاقة الدائنة

[1] - د/ محمد عبد الحليم عمر، الجوانب الشرعية والمصرفية والمحاسبية لبطاقات الائتمان، ايتريك للنشر والتوزيع1998، ص17

[2]- د/ مدحت صادق ، أدوات وتقنيات مصرفية ، مرجع سابق، ص 300

[3]- د/ عبد الهادي النجار، بطاقات الائتمان والعمليات المصرفية الالكترونية ، مرجع سابق.، ص 30.

[4]- د / سميجة القليوني ، وسائل الدفع الحديثة (البطاقات البلاستيكية) ، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والمصرفية ، أعمال المؤتمر العلمي السنوي ، الجزء الأول –الجديد في التقنيات المصرفية ، مرجع سابق ص68

[5] -Sans acte , Les différents types de cartes bancaires ,site : http://www.apbt.org.tn/fr/htm/dossiers/archives.asp

أ/البطاقات من المستوى الأعلى : تحتوي على الخدمات التي تقدمها بطاقة السحب حيث تسمح بالسحب من الموزع الآلي للنقود (DAB)، والشباك الآلي البنكي (GAB).

ب/ البطاقة البنكية الوطنية من المستوى الثاني :بالإضافة إلى السحب فهي تسمح بتبادل الخدمة بين البنوك (Le dépannage interbancaire dans toutes les banques) بمعنى الحصول على الخدمة من البنوك المشتركة في عضوية البطاقة.

وكذلك تسمح بالدفع للتجار المتعاقدين مع البنك ويقتصر استخدامها داخل حدود الوطن وبالعملة المحلية ولحاملها ميزتين أساسيتين يمكن أن يختار بينهما :

- يتم تحويل الأموال مباشرة بعد استعمال البطاقة.
- يتم تحويل المبلغ لحساب البنك شهريا وذلك بتجميع كل العمليات التي تتم في الشهر وتحويلها في نهايته، بالإضافة إلى أنها تضم خدمات إضافية أخرى تكميلية كالتأمين على الحياة .

ج/ البطاقة البنكية الدولية من المستوى الثالث : خدمات هذه البطاقة موجودة في الكثير من الدول المتضامنة مع المنظمات العاملة في مجال البطاقات هي : فيزا (VISA)، ماستركارد (MASTER CARD)، اليوركارد (EURO CARD) وأمريكان أكسبريس (AMERICAN EXPRESS) ، وتعطي المنظمة حق إصدار البطاقات للبنوك الأعضاء المشتركين فيها، كما تقوم بدور الوسيط بين البنوك الأعضاء في نقل المعلومات، تسوية الحسابات ومنح الموافقات على إعطاء البطاقة .

بالاضافة إلى أن منظمة فيزا و ماستركارد تسمح بإصدار العديد من البطاقات منها : البطاقات الذهبية (Golden Card.) ، بطاقة رجال الأعمال (Business Card.) والبطاقات العادية Classic Card.[1] ، ويمكن هذا النوع من البطاقات حمله من إمكانية السحب من أجهزة الصراف الآلي الدولية والأجهزة القارئ للشريط المغناطيسي المزودة بها البنوك المشاركة في إصدار البطاقة، وبالتالي فهي تستخدم في جميع أنحاء العالم وبكل العملات [2] .

د/البطاقة البنكية الدولية : ذات مستوى عالي يتم تصنيفها ضمن الدرجة الرابعة كبطاقة أولى للفيزا Carte première de visa قولد ماستركارد Gold Master Card ومن مميزاتها ما يلي :

- إمكانية فتح خط قرض.
- الحصول على خدمة التأمين الخاصة بالسفر وأدوات الدفع
- الحصول على خدمات مجانية من طرف وكالة المساعدات الأوروبية Euro Assistance.

---

[1] - د/ سميحة القليوني،: وسائل الدفع الحديثة (البطاقات البلاستيكية) ، مرجع سابق، ص 69.

[2] - د/ عبد الهادي النجار،بطاقات الائتمان والعمليات المصرفية الالكترونية ، مرجع سابق، ص 32

2-2- تطورات البطاقة المصرفية وأجهزة استعمالها :

ما يلاحظ على البنوك أنها تعمل كل ما بوسعها من أجل تقديم خدمات تلبي حاجات عملائها وتتجاوز توقعاتهم، لهذا عملت على تطوير البطاقة المصرفية لتجنب المشاكل الناتجة عنها والمحافظة على عملائها، إذ أنها عملت على إدخال التطورات التكنولوجية على أنظمة التخزين والقراءة للمعلومات الموجودة في البطاقة لأجل تحقيق أعلى مستوى من الضمان والطمأنينة للمتعاملين بها.

فنجد في فرنسا مثلا ظهرت نماذج متطورة جدا للبطاقات البلاستيكية أطلق عليها (La carte micro-processeur)، وهي بطاقات يخزن عليها برنامج لا يقبل التلاعب فيه يتضمن طريقة تسوية الحساب مع التاجر الذي يعلن قبوله الوفاء بهذه البطاقة بالإضافة إلى تخزين الرقم السري ومدة السريان وحدود المبالغ المصرح التعامل فيها، ولهذه البطاقة مكان لتسجيل عدة عمليات، ويتم تخزين كل ذلك على منطقة دائرية كهربائية تسمح بنقلها على الشاشة الخارجية المخصصة للقراءة التي يستعملها التاجر لمعرفة كل البيانات على البطاقة[1] .

- ومن أجل تحقيق رضا العملاء باعتبارهم أحد أهم القيم الجوهرية للبنك استمر التطور في استخدام البطاقات المصرفية، حيث أصدرت بعض البنوك خدمة البطاقات البلاستيكية الرفيعة تستعمل للسحب الآلي تحمل رقما سريا (PIN) يدقه الزبون بنفسه على الآلة وكانت هذه الأخيرة بسيطة في بداية الأمر فهي لم تكن آمنة لكونها لا تراجع رصيد العميل وتعمل على OFF-LINE * ، بمعنى أنها غير متصلة بكمبيوتر البنك وتقدم نقود حتى إن كانت البطاقة مسروقة، هذا ما أدى بالبنوك إلى ابتكار المزيد من الأجهزة الالكترونية التي تحقق أعلى مستوى من الضمان والطمأنينة للمتعاملين، منها النظام الحديث المرتبط بخط إلكتروني يطلق عليه ON-LINE**، وهو خط إلكتروني داخل الآلة المخصصة لفحص وكشف البطاقات يصل إلى الحاسب الآلي المركزي للجهة المصدرة للبطاقات فيحصل على كل البيانات التي تحص البطاقة أي أنه يحقق شفافية كاملة، بالإضافة إلى أنه يجعل عملية التسوية وقيد العملية عند السحب لا تستغرق 10 ثوان [2].

فعمل البنوك على تحسين جودة الخدمات المصرفية والقضاء على أغلب عيوب البطاقة الائتمانية وتفادي خاصة سحب أموال وإجراء عمليات غير مصرح بها عن طريق البطاقة إذا سرقت أو استغلت من غير صاحبها خلسة، فقد ظهرت بطاقة جديدة متعددة التطبيقات التكنولوجية تعرف بالبطاقة الذكية وهي بطاقة تشبه البطاقة العادية تحتوي على شريحة إلكترونية Micro Processor chip، بالإضافة

---

[1] - د/ سميحة القليوبي ، وسائل الدفع الحديثة ، مرجع سابق ،ص 63.

* كما هو الحال بالنسبة لبطاقة الائتمان والوفاء التقليدية.

** كما هو الحال كذلك في بطاقة الائتمان الحديثة، وبطاقة الوفاء

[2] - د/ عبد الهادي النجار، بطاقات الائتمان والعمليات المصرفية الالكترونية، مرجع سابق، ص 37

إلى أن إمكانياتها أعلى من بطاقة الشريط الممغنط التقليدية فهي تحتوي على تقنيات بطاقة الوفاء وبطاقة مختزنة القيمة Stored Value Cards ، كما أنها تحتوي على تقنيات متقدمة ومتعددة للتشفير من أجل حمايتها من التزييف، بالإضافة إلى إمكانية استخدامها كبطاقة ائتمان، تستخدم كمستودع للمعلومات الشخصية[1] - وسنعرضها بالتفصيل في الفصل القادم- .

2-3- حجم الطلب على البطاقات المصرفية الحديثة:

ما يميز أساليب الدفع الحديثة هو استخدام البطاقات المصرفية بشكل واسع في كل من البلدان الأمريكية والأوروبية وحتى العديد من الدول العربية .

2-3-1- حجم الطلب على البطاقات في أوروبا :

أثبتت الدراسات التي قام بها البنك المركزي الأوروبي أن المدفوعات بالبطاقة البنكية تمثل 4/1 من المدفوعات في أوروبا وأكثر من 200 مليار أرو من المدفوعات لـ 46.7 مليون بطاقة بنكية - بما فيها البطاقات الذكية التي سنعرفها لاحقا - وهذا في 31 ديسمبر 2003.[2]

- بالإضافة إلى أن الدفع بالبطاقات البنكية أصبح أكثر من الشيكات وهذا ما يبينته دراسة تمت على أشخاص أكثر من 18 سنة ممثلين ل 7 بلدان سنة 2003 كما يبينها الجدول التالي:

جدول رقم1 : البطاقات المصرفية أفضل وسيلة دفع في أوروبا

البلد	البطاقات البنكية	الشيكات الورقية العادية	أنواع أخرى Espèce noukoud
فرنسا	% 69	% 17	% 13
ألمانيا	%40	% 00	% 58
هولندا	% 72	% 00	% 24
إيطاليا	% 64	% 1	% 34
إسبانيا	% 44	% 00	% 54
بلجيكا	% 42	% 1	% 30
إنجلترا	% 58	% 2	% 38

source : carte Bancaire CB, Avril 2004, P4 , sit

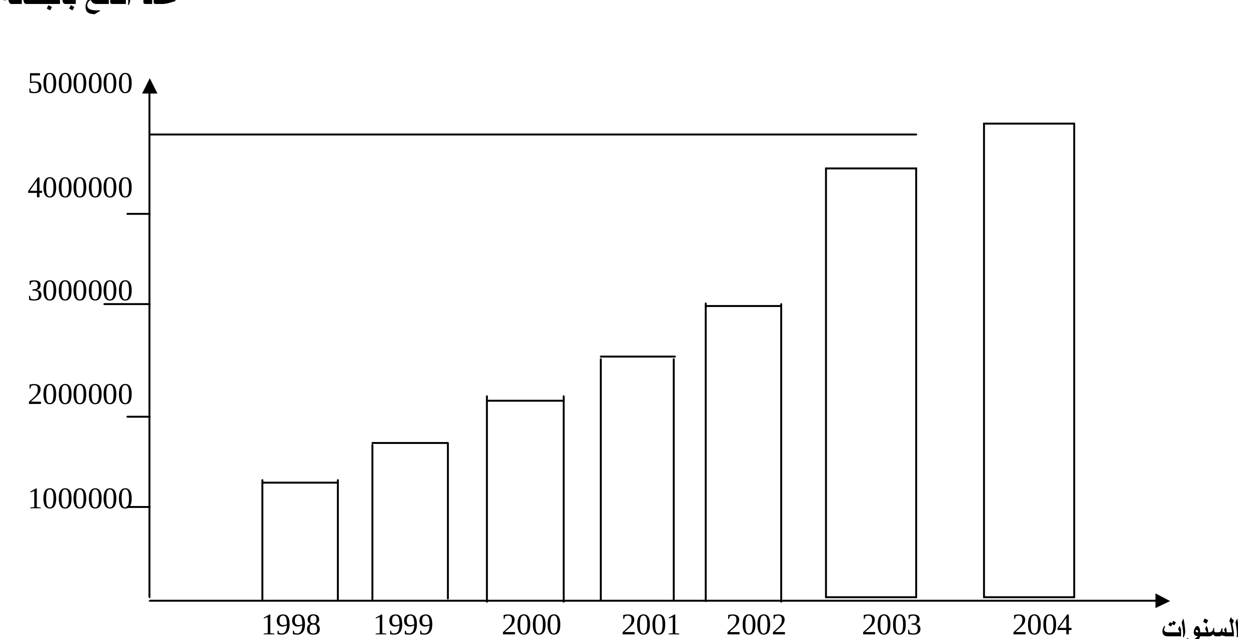
[1] - CEPT F The Report of the Consumer Electronic Payements Task Force April 1998, P5 site : http://www.occ.treas.gov/netbank/ceptfrpt.pdf

[2] -Banque central Européenne , blue book, Sep 2003.

http://www.cartes-bancaires.com/FR/telechargements/CHIFFRESGCB2003.pdf

- من خلال الجدول يتضح لنا أن الدفع بالبطاقات البنكية أخذ الحصة الأكبر في كل الدول، وهذا يرجع إلى الوعي المصرفي الكبير الذي تشهده هذه الدول، بالإضافة إلى سهولة إجراءات وأساليب التعامل بها، كما نلاحظ أن هناك استبدال تدريجي للشيك بالبطاقة المصرفية حيث نجد -كما يبين الجدول أعلاه- أن بعض الدول أصبحت لا تستعمله نهائيا والتي تستعمله تستخدمه بنسب متدنية جدا، وهذا يرجع إلى المخاطر والتكلفة العالية الناتجة عن استخدامه مقارنة بالبطاقات المصرفية بالإضافة إلى ظهور الشيك الالكتروني - سنعرفه لاحقا – كما نلاحظ أن من خلال الجدول أنه في فرنسا أخذت البطاقات نسبة عالية مقارنة بوسائل الدفع الأخرى ولأجل تبيين أهم التطورات التي لحقت باستخدامها نعرض الشكل التالي :

شكل رقم 1: عدد الدفع بالبطاقات المصرفية في فرنسا بالآلاف أرو



Source :Banque de France, direction des système de paiement, 2004, sit :

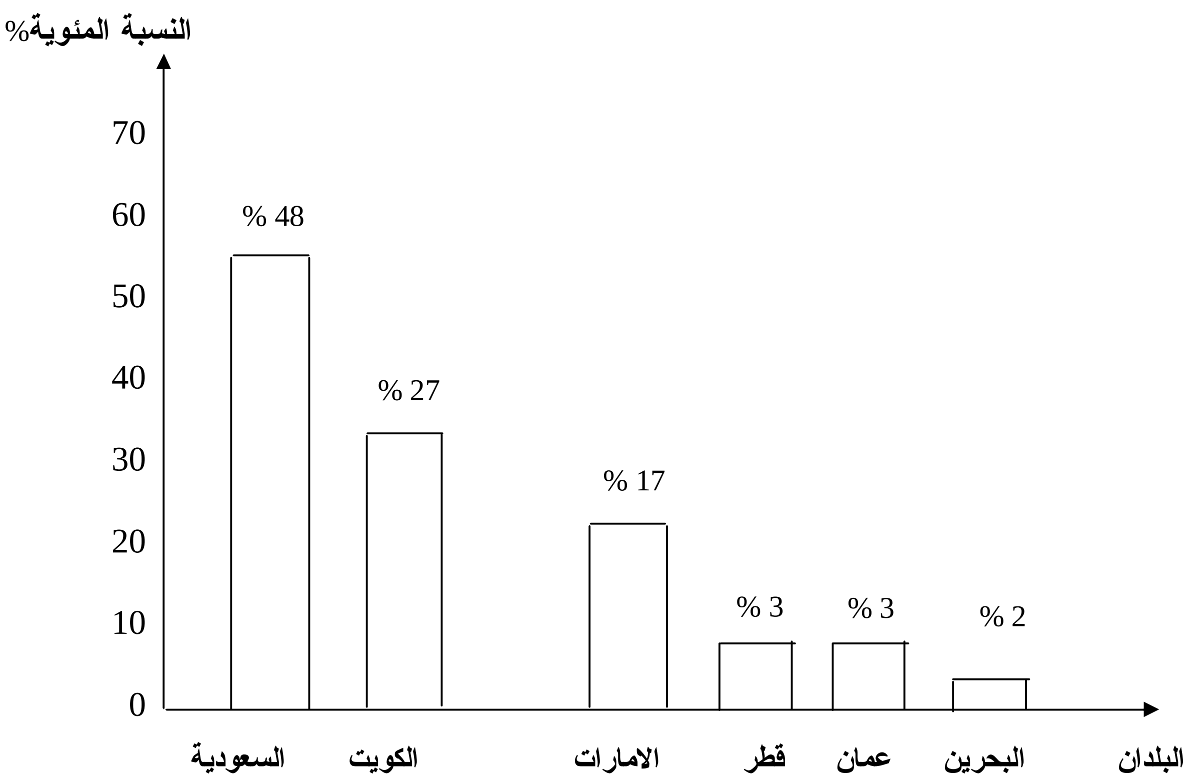
http://www.banque-france.fr/fr/sys_mone_fin/telechar/stats/cbpaiements.pdf

- نلاحظ من الشكل أن الدفع بالبطاقات المصرفية في تزايد مستمر وهذا يرجع أساسا لأنظمة الأمان التي امتازت بها البطاقات في الفترة الأخيرة – كما سبق وأن رأينا - بالاضافة إلى الوعي الكبير الذي يمتاز به سكان فرنسا ومعرفتهم للمزايا التي يحققها استخدام البطاقات المصرفية وخاصة الائتمانية وكذلك ساعد هذا التطور القوانين والأنظمة المتبعة في فرنسا والتي تعمل على توسيع نطاق استخدام البطاقة المصرفية خاصة من خلال الأنترنيت.

2-3-2- استخدام البطاقات المصرفية في بعض الدول العربية (دول مجلس التعاون الخليجي) :

ما يلاحظ على استخدام البطاقات المصرفية في الدول العربية أنه منخفضة جدا، فمثلا لـو أخـذنا دول مجلس التعاون الخليجي كما يبينها الشكل التالي :

شكل رقم2 : الانفاق بواسطة البطاقة المصرفية في دول مجلس التعاون الخليجي لسنة 2000



المصدر :بدون مؤلف، دراسة ميدانية للوطن، هل ستصبح أكثر استخداما -سوق البطاقات الائتمانية ... في السعودية، مجلة الوطن، العدد 190 السنة أولى، السبت 7 أفريل 2001، الموقع :
http://www.mafhoum.com/phpprw/review_view.php?prid=41&langW=4

- من خلال هذا الشكل نلاحظ أن السعودية هي التي تحوز على أعلى نسبة فـي اسـتخدام البطاقـات الائتمانية وهذا يرجع إلى عدة عوامل :

- قبول التعامل بالبطاقة الائتمانية حيث أجريت إحدى الدراسات على حـاملي البطاقـة أن عوامـل اختارها كوسيلة دفع يرجعها 80 % إلى ما يلي [1]:

- وجودة فترة السماح، حد الائتمان، وقت الاستلام، خدمات العملاءورسوم العمولة

[1] - بدون مؤلف، دراسة ميدانية للوطن، هل ستصبح أكثر استخداما –سوق البطاقات الائتمانية في السعودية- ، مجلة الوطن، العدد 190، سنة الأولى، السبت أفريل 2001 ، الموقع :
http://www.mafhoum.com/phpprw/review_view.php?prid=41&langW=4

- الأنواع المختلفة المعروضة من البطاقات المصرفية، حيث بلغ عدد البطاقات المتداولة في السعود سنة 2000 حوالي 1.7 مليون بطاقة محققة نسبة زيادة تقدر 36 % خلال خمس سنوات الأخيــرة [1] والجدول التالي يبين الأنواع المختلفة للبطاقات المستعملة وكذا نسبة حاملي كل منها .

جدول رقم2: التوزيع النسبي للبطاقات في السعودية

أنواع البطاقات	نسبة حاملي البطاقة في السعودية
بطاقة فيزا الدولية	% 71
بطاقة ماستركارد	% 23
أنواع أخرى	% 6

المصدر : بدون مؤلف، دراسة ميدانية للوطن، هل ستصبح أكثر استخداما –سوق البطاقات الائتمانية في السعودية- ، مجلة الوطن، العدد 190، السنة الأولى، السبت أفريل 2001 ، الموقع :
http://www.mafhoum.com/phpprw/review_view.php?prid=41&langW=4

نلاحظ أن استخدام بطاقة فيزا الدولة تحوز على اكبر نسبة وهذا يبين أن معــدل التعامــل بالبطاقــات المحلية منخفض جدا وذلك بسبب عدم الوعي باستخدامها.

وأخيرا يمكن القول أن حجم البطاقات في البلدان العربية لازال يعاني من ضعف في الإستخدام وهــذا يرجع الى العادات السائدة في الدفع والمتمثلة أساسا في إستخدام النقود السائلة، بالإضافة إلــى عــدم الوعي بالمزيا التي تقدمها هذه البطاقة أضف الى ذلك ضعف البنية التحتية الخاصة بطرفيــات الــدفع كما أن القوانيين والأنظمة المتبعة لا تشجع التعامل بالبطاقة المصرفية في هذه البلدان .

2-3-3- البطاقات المصرفية في الجزائر :

ويعتبر أول تطور شهدته البنوك الجزائرية في مجال تقديم الخدمات المصرفية هــو توســيع الحصــة السوقية لكل البنوك من خلال الخروج من إطار التخصص في التمويل إلى إمكانيــة الإســتثمار فــي مختلف المجالات الإقتصادية. إلا أنها تشهد تأخر من حيث مجالات تطبيق العمل المصــرفي الحــديث مقارنة مع الدول الأمريكية والأوربية وحتى بعض الدول العربية على الرغم من التوسع الكبير للشبكة البنكية الجزائرية [2] .

وتعتبر أول تجربة للبنوك الجزائرية في مجال استخدام أدوات الدفع، استعمال بطاقات السحب الخاصة بالشباك الآلي البنكي (GAB) والموزع الآلي للبنوك (DAB) وتم ذلك على مراحل :

---

[1] - بدون مؤلف، دراسة ميدانية للوطن، هل ستصبح أكثر استخداما –سوق البطاقات الائتمانية في السعودية ، مرجع سابق

[2] - يضم القطاع البنكي الجزائري حاليا 20 بنكا بالإضافة الى البنك المركزي وثلاث مكاتب تمثل البنوك الكبرى دوليا bureau de représentation كما تضم الشبكة البنكية الجزائرية1200 وكالة موزعة على الوطن تابعة للقطاع العام بنسبة 99%، لتوسع أنظر :
El HACHEMI MEGHLAOUI, l'évolution du secteur bancaire en Algérie, Sit:
http://www.samat.fr/ga/ga37/ga379.html

أ/ المرحلة الأولى : كانت تستعمل بطاقة سحب إلا في الشباك الآلي البنكي والموزع الآلي للنقود الخاص بالبنك مصدر البطاقة بمعنى لا يستطيع حامل البطاقة السحب من جهاز بنك آخر .

ب/ المرحلة الثانية : بدأت هذه المرحلة سنة 1997[1] ، حيث تم ربط الشبكة البنكية الجزائرية من خلال استعمال شبكة Satim * التي تسمح بإمكانية إجراء السحب من أي موزع آلي للنقود سواء كان تابع لمصدر البطاقة أو لبنك آخر، وبذلك حولت شبكة Satim بطاقة السحب العادية إلى بطاقة سحب ما بين البنوك La carte interbancaire de retrait CIB، ولقد عملت على استثمار 3,6 مليون أرو سنة 2003 لأجل تقليص دوران النقود السائلة وتعميم استعمال البطاقة المصرفية في الجزائر، حيث عملت على زيادة عدد الموزع الآلي للنقود وكذا إقامة طرفيات دفع عند التجار (Terminaux de paiement) ولأجل نفس الغرض تم عقد اتفاقية في شهر أفريل 2003 مع مؤسسات فرنسية Ingenco مختصة في صنع طرفيات البطاقات و Satim بمبلغ 400.000أرو، ولقد مول هذا العقد من طرف البنوك المساهمة في Satim لهي الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي Caisse Nationale de Mutualité Agricole (CNMA) وبنك البركة (Algéro-Saoudienne)[2].

ولقد تم ربط كل الموزعات الآلية للنقود الموجودة في الجزائر سنة 2003 .

ج/ أسباب تأخر ظهور أنواع أخرى من البطاقات في الجزائر :

يرجع سبب عدم إدخال أنواع أخرى من البطاقات في التداول إلى ما يلي :

- **نقص الوعي المصرفي لدى المتعاملين** : عدم وجود إهتمام كبير من طرف المتعاملين لبطاقة السحب ما بين البنوك وهذا يدل على عدم وجود شفافية مصرفية ووعي مصرفي في هذا المجال حيث بينت الإحصائيات أنه من بين 30 مليون شخص يوجد فقط 250 ألف حامل للبطاقة ونسبة مستعملي البطاقة لا تتجاوز 1% بالنسبة للعدد للسكان سنة 2004[3].

- **ضعف شبكة الإتصالات** : إن سبب التأخر المسجل في جيل البطاقات المصرفية يرجع أساسا إلى شبكة الإتصالات عن بعد الجزائرية Réseau Télécoms d'Algérie (RTA) حيث يقول في هذا المدير العام لشبكة Satim "إذا كانت شبكة RTA فعالة ومتاحة في أي وقت هذا سيشجع البنوك على

---

*عملها يشبه عمل غرفة المقاصة الخاصة بالبنك المركزي في تسوية المعاملات المالية ما بين البنوك Satim = Société d'automatisation de transaction interbancaires et monétique

[1] -SALAH SLIMANI , Carte bancaire , Algérie à la traîne , Mardi 22/06/2004 El Watan
Sit: http://www.algerie-dz.com/article813.html

[2]- MALIKA SUIRE , l'intelligent Afrique , les carte magnétique ont vécu en Afrique de l'ouest et au Maghreb on se prépare aux nouvelle technologies, 26/06/2003.

[3]- SALAH SLIMANI, Carte bancaire, Algérie à la traîne, Op.cit

الإقرار بمزايا البطاقة كما يساعد على عرض البطاقات المصرفية علـى كـل الـوطن"، كمـا قـال السكرتير العام للجمعية المهنية للبنوك والمؤسسات المالية (L'association professionnelles des Banques (établissement financiers (ABFF) عبد الرحمان بن خلفة " لا يمكـن أن تكـون عنـدنا الإستخدام الموسع لكل أنواع البطاقات إن لم تكن هناك شبكة RTA كاملة ومنتشرة على كـل الـوطن (مائعة) مع إحتمال التعطل صفر"[1].

- بالإضافة الى ضعف التسويق المصرفي في مجال البطاقات إذ أن أغلب السكان لـيس لهـم درايـة بوجود هذه البطاقة والذين يعرفونها لا يعون بمزايها .

د / البطاقات الائتمانية في الجزائر :

عمل البنك الفلاحة والتنمية الريفية على تجاوز المشاكل السابقة من خلال قيامه سنة 2003 بمشـاركة شركة أمريكية Aci World Wide على طلب TPE 500 (طرفيات الالكترونيـة للـدفع) لأجـل توزيعها على التجار القابلين للتعامل معه [2] ، وتم تحقيق مشروع الدفع بالبطاقات الإئتمانية في فيفري 2005. وهذا ما أعلنت عنه شبكة SATIM بمشاركة 8 مؤسسات مالية – أغلبها بنوك - مـن بيـنهم BNA ، BDL، BEA، بنك CNEP، بريد الجزائر و CNMA، بنك البركة بالإضافة إلى ABC- Algeria ، BNP Paribas AL DJAZAIR، المؤسسة العامة الجزائرية (فرع مؤسسـة فرنسـية) التي تحتاج إلى هذا النظام وتم إصدار هذه الأخيرة للبطاقات في شهر أفريل 2005[3].

وهذا المشروع انطلق في منطقة الجزائر وتم تقسيمه إلى مرحلتين :

- المرحلة الأولى : تم خلال شهر تحقيق معاملات الدفع لـ 200 حامل لدى عدد محدود من التجار.

- المرحلة الثانية : تمتد إلى 1500 تاجر و 50000 حامل لبطاقة الإئتمان، وتستمر حتى جويليـة 2005 – نهاية هذه المرحلة-.

ثم فيما بعد سيتم تعميمه على كافة الوطن بحسب إعلان مدير SATIM كما قـال أن البنيـة التحتيـة لطرفيات الدفع تحقق الأمان الكلي والتوافق بين الطرفين (بنك ، تاجر) وكذا تتماشى مـع الضـوابط التي وضعتهاEMV (Europay , MASTERCARD, VISA) بمعنى أنها مطابقة للنموذج العالمي في هذا المجال وأكد على ذلك بقوله "بطاقة الدفع CIB بين البنوك تعتبر بطاقة آمنة في دائرة معاملات الدفع".

---

[1] -SALAH SLIMANI, Op.cit

BADR INFOS, monétique-le rendez-vous de 2003-, N33 mars - avril 2003,.p25 1

[3]- AMAR RAFA,des cartes à puce pour effectuer des achats dans les commerces,la tribune ,Alger, 7/02/2005,sit

http://www.latribune-online.com/

- بالإضافة إلى أن شبكة Satim أخذت على عاتقها تسوية عملية السحب والدفع للنقود ما بين البنـــوك ولأجل توسيع دائرة التعامل بالبطاقات سيتم إقامة 500 موزع آلي للنقود جديد تكـــون موزعـــة علـــى مختلف البنوك وكذا البريد الجزائري، بالإضافة إلى 300موزع ألي للنقود BAD و الشـــباك الآلـــي بنكي الموجودة سابقا والموزعة على كافة التراب الوطني. كما ستعمل على إقامة TPE بـــالقرب مـــن التجار. وسيكون مجال تدريجي لأجل الوصول إلى TPE 10.000 عند التجار ومليون بطاقة في نهاية عام 2006[1].

- إن بطاقة السحب ما بين البنوك وبطاقة الدفع ما بين البنوك(بطاقة الائتمان) لهمـــا نفـــس المظهـــر الخارجي لكل البنوك المشاركة ، بالإضافة إلى رمز البنك المصدر للبطاقة وتسمح لحاملها بالحصـــول على مشتريات وخدمات مختلفة من تجار متعددين مثل : الفنـــادق ، المطـــاعم ، الصـــيدلية ، محطـــة الخدمات ، وكالات السفر ، دفع فواتير الهاتف ، الكهرباء ، الماء ، الغاز ، اقتناء بعض المشتريات من محلات متفق معهم ...إلخ.

بالإضافة إلى بطاقة السحب ما بين البنوك وبطاقة الائتمانية التي أصبح تقدمها البنوك مـــؤخرا عمـــل البنك الخارجي الجزائري على إدخال بطاقة سابقة الدفع في إطار الشراكة مع نفطال، حيـــث تعتبـــر فكرة استعمال هذه البطاقة في محطات الخدمات Station-service من العوامل المساعدة على تطوير الخدمات المصرفية في الجزائر، بالإضافة الى أنها تحقق العديد من المزايا لشركة نفطا ل .

ولقد تم تمويل تكاليف هذا المشروع من قبل نفطا ل والبنك، وبدأ العمل بهذه البطاقة في محطتين، ومن أجل تشجيع التعامل بها تم دفع عمولة على مبلغ المعاملات المقبولة على الشبكة على شـــكل مكافـــأة على هذه الخدمة، والغرض من إقامة هذه التجربة هو تنشيط تعبئة البطاقات من طرف وكالات BEA حيث حققت هذه التجربة نتائج موجبة حسب رأي نفطا ل، وسيتم استعمال البطاقة بشكل موســـع فـــي حوالي 1800 محطة خاصة بنفطال في بداية السداسي الأول لسنة 2005.[2]

- أما فيما يخص الدفع الدولي فنجد البنك الخارجي الجزائري والقرض الشعبي الجزائري هم البنكين الذين يعرضان لعملائهم خدمات البطاقة الدولية VISA ومن بين شروط الحصول على هذه الخدمة ما يلي *:

- حساب بالعملة الصعبة يقدر بـــ 1725 أرو.
- حساب بالدينار يقدر بـــ 20.000دج جزائري.

---

[1] -AMAR RAFA ;op cit

[2]- LIES SAHAR, monétique –carte à puce pour naftal , 29/12/2004;sit : http://www.elwatan.com/2004-12-29/2004-12-29-10799

* معلومات تم الحصول عليها من عمال وكالة البنك الشعبي الجزائري بقسنطينة

وتبقى هذه الأرصدة مجمدة لدى البنك ككفالة حتى نهاية مدة البطاقة والتي تقدر بسنة واحدة.

أما فيما يخص البنوك الأخرى فلقد صرحت شبكة Satim بأنه سيتم توفير خدمة البطاقات الدولية في العديد من البنوك في الثلاثي الثالث لسنة 2005 من طرف الإتصال بالخادم Satim والمنظمة الدولية فيزا وما ستر كارد [1].

من خلال كل ما سبق يمكن القول أن خدمة البطاقات المصرفية وخاصة الإئتمانية حديثة التطبيق وأغلب المشروع لازال لم يطبق، فهل سينجح هذا مشروع في الجزائر أم سيكون حاله حال بطاقة السحب ؟.

المطلب 2: الأنشطة غير المصرفية التي يمارسها البنك بنفسه :

نتيجة لرغبة البنوك في التوسع في مجال تقديم الخدمات المصرفية عملت على إبتكار للمتعاملين مها العديد من الخدمات الحديثة في مجالات غير مصرفية وسوف نحاول في هذا المطلب التطرق الى أهمها .

1- إدارة الاستثمارات لحساب العملاء :

هناك العديد من الاستثمارات التي أصبحت تقوم بها البنوك لصالح عملائها وخاصة اقتحامها السوق المالية وممارستها لبعض العمليات المالية التي لم تكن تقوم بها من قبل منها :

1-1- تكوين صناديق الودائع العامة :

هذه الخدمة هي عبارة عن صناديق تستثمر فيها أموال العملاء في كل المجالات ويديرها البنك لصالحهم وفيها نوعين[2] :

- يحصل البنك على عمولة نتيجة لتقديمه لهذه الخدمة، ويحصلون العملاء على الأرباح ويتحملون الخسائرلوحدهم .
- يقتسم البنك مع العملاء الأرباح والخسائر وتسمى بصناديق الودائع العامة المشاركة.

1-2- إدارة محافظ الأوراق المالية للعملاء :

بمعنى أن يقوم البنك بتقديم خدمات البيع والشراء للأوراق المالية بناء على أوامر العميل وكذا تحصيل الأرباح والفوائد الناتجة عن تلك الاستثمارات ويحصل البنك على عمولة البيع والشراء والعميل على الأرباح ويتحمل الخسائر الناتجة، ولكن ما يلاحظ في الوقت الحالي أن التعامل بالأوراق المالية لم يعد سهلا كما كان من قبل، وهذا راجع لتوسع أنشطة السوق المالي وزيادة حجم المعاملات فيه حيث أنه أصبح يتميز بكفاءة وفعالية عالية مما دفع البنوك الى الإستعانة بمختصين في هذا المجال، كما أصبحت

---

[1]- AMAR RAFA, des cartes à puce pour effectuer des achats dans les commerces, la tribune,Op.cit

[2] - منير إبراهيم الهندي ، إدارة البنوك التجارية مدخل إتخاذ القرارات، مرجع سابق، ص 72.

تقوم البنوك بوضع خطط تكوينية مستمرة لتدريب العاملين في البنك والقائمين على تأدية هذه الخدمة

1-3- إدارة ممتلكات وتركات المتعاملين مع المصرف :

كمرحلة أولى لتقديم هذه الخدمة كانت البنوك تقوم بإدارة أموال وممتلكات العملاء وتركاتهم لصالح أولادهم القصر، محددين المصرف مجالات الاستثمار وكيفية التصرف بالعائد[1]. أما الآن نتيجة للخبرة التي اكتسبها البنك من خلال دخول مجالات استثمارية متعددة وخاصة بعد اقتحامه السوق المالية وممارسة العديد من الأنشطة فيه أصبح العميل يعطي الحرية التامة للبنك في تحديد مجال الاستثمار لأمواله. وهذا ما عمل به البنك الإسلامي الأردني حيث أنه يفيد عملاءه بخبرته في الاستثمار من خلال إدارته لممتلكاتهم.

إذن إدارة الاستثمارات للعملاء تحقق عائدا للبنك دون أن تضيف عبئا على السيولة ودون تعرضه لمخاطر، وبالتالي فهي تحقق الأهداف التي يسعى البنك لتحقيقها (الربحية، السيولة، الأمان).

2- الاتجار بالعملة :

من المعروف أنه يتم التعامل بالعملة في أربع أسواق : السوق الحاضر، السوق الآجل، سوق العقود المستقبلية وسوق الاختيارات، ونظرا لما ينطوي عليه التعامل في الأسواق الثلاثة الأخيرة من مخاطر وكذلك خبرت البنوك المحدودة في مجال الاتجار بالعملة في هذه الأسواق، اقتصر تعاملها على السوق الحاضر[2] مبتعدة عن المضاربة ومخاطرها حيث أنها تقوم بإتمام صفقات تجارية دولية لصالح بعض المؤسسات لتحقيق عوائد تتمثل في العمولة التي تتحصل عليها دون تعرضها لمخاطر على الإطلاق ولكن في الوقت الحالي و نتيجة للخبرة التي اكتسبتها البنوك من التعاملات في السوق المالي أصبحت تقوم بالإضافة إلى عمليات في السوق الحاضر بعمليات في الأسواق الأخرى معتمدة في ذلك على توقعات رجال الأعمال، وتستفيد البنوك نتيجة لتقديمها لهذه الخدمة من العمولة وكذا إمكانية استخدام العملة لبعض الوقت قبل حلول موعد إتمام الصفقة.

3- التعامل في المشتقات المالية :

لقد وصل تنويع النشاط المصرفي إلى أقصى مداه في ظل العولمة خاصة عندما أضافت البنوك إلى أنشطتها المشتقات المالية (Dérivative Securities)، حيث أصبحت تتعامل مع العقود المستقبلية وهي العقود التي تلزم صاحبها بشراء أصل من البائع بسعر متفق عليه في تاريخ لاحق محدد في المستقبل، وكذلك التعامل في حقوق الشراء الاختيارية Call Options وهي الحقوق التي تعطي لصاحبها حق شراء أصل من البائع بسعر محدد في فترة مستقبلية ويطلق عليها أيضا عقود الاختيار

---

[1] - د/ زياد رمضان و محفوظ جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، مرجع سابق، ص 23.

[2] - لمزيد من المعلومات أنظر : د/ منير إبراهيم الهندي، إدارة البنوك التجارية مدخل إتخاذ القرارات، مرجع سابق ص 70.

Put Options وكذلك عقود المبادلة Swaps بأنواعها كمبادلــة الخيــار Swap Options، مبادلــة معدات العائد Swap Interest ومبادلة العملات Currency Swap [1] .

إن تعامل البنوك بالمشتقات المالية يحقق لها العديد من المزايا أهمها :

- التحكم والسيطرة على مخاطر السوق المالية.
- تحسين معدلات الاقتراض والإقراض.
- استكشاف الأسعار في السوق.
- زيادة خبرة البنك في تعاملاته في السوق المالي.
- التسهيل للعملات بالوصول إلى الأسواق المالية المختلفة.
- تحسين السيولة.

على الرغم من المزايا السابقة إلا أن التعامل بالمشتقات المالية فيه العديد من المخاطر وعلى البنـــك أن يكـــون حذرا في التعامل بها ويعمل على الاستفادة من خبرات المتخصصين في هذا المجال .

3- تصريف الأوراق المالية المصدرة للمؤسسات :

لم تكن للبنوك الحرية الكاملة في تصريف الأوراق المالية (أسهم، سندات) بل حدد لها القانون العمليات التي تستطيع القيام بها منها [2]:

-دخولها كوسيط لتصريف الأوراق المالية مقابل عمولة يتحصل عليها من الجزء الــذي نجحــت فــي تصريفه، وإذا ما تبقى جزء لم يتم تصريفه يرد إلى الجهة المصدرة أي لا تلتزم بتصريف كل الكميــة لأن ذلك يعرضها إلى مخاطر كبيرة، خاصة وأنها إذا فشلت في تصريفها فالخسائر الناجمة قد تــؤدي إلى ضياع أموال العملاء أو المودعين باعتبار أن نسبة حقوق الملكية إلى إجمالي الودائع ضئيلة، كذلك ينتج عنها ضعف ثقة المؤسسات المصدرة للأوراق المالية في البنك، بالإضافة إلى آثاره علــى كفــاءة رأس المال.

- كما تستطيع البنوك تصريف السندات التي تصدرها الحكومة باعتبار المخاطر فيها غيــر موجــودة وإن وجدت فهي ضئيلة جدا.

ومن أجل الخروج من القيود القانونية وممارسة هذه الخدمة بكل حرية عملة البنوك على تنظيم نفســها في شكل شركات قابضة تضم العديد من المؤسسات المالية - شركات شقيقة - التي تقــديم الخــدمات التي يمنع القانون على البنك تقديمها .

---

[1] - د/ عبد المطلب عبد الحميد، العولمة و إقتصاديات البنوك ، مرجع سابق، ص 39.

[2] - د/ عبد المطلب عبد الحميد، البنوك الشاملة عملياتها و إدارتها ،مرجع سابق، ص 201

المطلب 3: الخدمات التي يقدمها البنك عن طريق الشركة الشقيقة :

نتيجة لرغبة البنوك في ممارسة أنشطة غير مصرفية من أجل زيادة العوائد و تنويـــع مجـــالات الاستثمار قامت بإقتحام مجالات من شأنها تقديم خدمات مبتكرة لعملائهـــا، لأجـــل توزيـــع المخـــاطر وبالتالي المحافظة على استقرار البنك والوقوف في وجه المنافسين وكذا مسايرة النمو الاقتصادي على الصعيدين الإقليمي والدولي، ونتيجة لوجود حدود في مباشرة بعض الأعمال كالقيود القانونية التي تمنع على البنك التنفيذ المباشر لتلك الأنشطة، بالإضافة إلى ذلك الخدمات غير المصرفية تحتاج إلى خبـــرة متخصصة لا علاقة لها بالنشاط المصرفي، لم تجد البنوك إلا الاتجاه للعمـــل تحـــت مظلـــة الشـــركة القابضة خاصة لوجود ميزة الشخصية المعنوية المستقلة، مما يعني أن الخسائر التي تتعرض لها إحدى الشركات المنظمة لا تمتد إلى البنك الشقيق، وسنعرض في هذا المطلب أهم الخدمات التـــي أصـــبحت تقدمها البنوك نتيجة لإنضمامها إلى الشركة القابضة .

1 - خدمة التأمين :

لقد اقتحمت البنوك مجال التأمين من 20 سنة في كل من أمريكا وأوربا ومؤخرا فـــي بعـــض البنـــوك العربية ويمكن تعريف صيرفة التأمين بأنها الصيرفة التي توفر منتجات التأمين والمصارف من خـــلال قناة توزيع مشتركة تجمع قاعدة العملاء لدى المصارف وشركات التأمين[1].

إن البنك في بداية تقديمه لهذه الخدمة كان يتصرف كوكيل لشركة لتأمين ومفوض بقبول الأخطار عنها ولحسابها بمعنى أنه عندما يقدم هذه الخدمة لا يحتفظ بالخطر المضمون لحسابه إذا أنه يغطيـــه أساســـا بموجب عقد يحمل اسم شركة التأمين الشقيقة الضامنة له .

ونتيجة للتطورات التي يشهدها المحيط المالي أصبحت هناك العديد من الطرق التـــي يتبعهـــا البنـــك لممارسة صيرفة التأمين نذكر منها ما يلي [2] :

- يدخل البنك وشركة التأمين في اتفاقية توزيع حيث يحيل المصرف لشركة التأمين زبائنه المحتملـــين مما يوفر إيرادات جديدة للطرفين .
- المساهمات المشتركة بمعنى امتلاك لكل من المؤسستين أسهم في المؤسسة الأخرى.
- تقوم إحدى المؤسسات بشراء الأخرى جزئيا أو كليا.
- تمتلك الشركة القابضة مصرفا وشركة تأمين وتقوم المؤسسات بالتعاون.

1-1- الخدمات التي يقدمها البنك في مجال التأمين :

وفي كل الحالات يبقى البنك يمارس عمله كبنك ليس كشركة التأمين، ومن بين الخدمات البنك في هذا

---

[1] - د/ البساط هشام، صيرفة التأمين، بحث في الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، الجزء الثاني-الجديد في التمويل المصرفي- منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2002، ص 455.

[2]- د/ البساط هشام ، مرجع سابق ، ص461

المجال ما يلي :

1-1-1- التأمين على الحياة :

تقديم وثيقة التأمين على الحياة من طرف البنوك أصبح يطلق عليها بخدمة وثيقة التأمين على الحياة الائتمانية[1] ، فمثلا : شخص حصل على قرض ويريد أن يجنب أسرته مسؤولية السداد إذا توفى فإنه يلجأ لشراء هذه الوثيقة، وهي تمتد لعدة سنوات ومبلغ التأمين يتغير مع الرصيد المتبقى من القرض ويستمر المؤمن عليه في دفع قسط القرض إلى البنك طالما هو على قيد الحياة أما إذا توفي قبل أن ينتهي من سداد الأقساط التزمت شركة التأمين الشقيقة- التي يحمل إسمها العقد - بسداد الأقساط المتبقية في تواريخ استحقاقها.

2-1-1- التأمين على الممتلكات :

وفي هذه الحالة عادة يكون البنك قد منح المتعامل الاقتصادي قرض لغرض شراء الشيء محل التأمين.

3-1-1- التأمين على أدوات الدفع المختلفة، بالإضافة الى التأمين على السفر .

أصبحت البنوك تقدم ضمنيا مع خدمة البطاقات المصرفية الممنوحة التأمين عليها من الضياع والسرقة وكذا التأمين على السفر.

2-1- الأثار الناجمة عن تقديم خدمات التأمين :

إن التحالف ما بين شركة التأمين والبنك في تقديم الخدمات للعملاء له العديد من الآثار منها ما هو إيجابي ومنها ما هو سلبي.

1-2-1- الآثار الإيجابية :

يمكن تلخيص الأثار الإجابية التي تنجم عن صيرفة التأمين فيما يلي [2] :

أ/ تسويق الخدمة بتكلفة قليلة مما يؤدي إلى عرض أسعار تنافسية.

ب/ جذب العملاء من خلال ميزة الحصول على الخدمات المتكاملة (إئتمان ، تأمين) من نفس المكان بمعنى توحيد قنوات التوزيع للمنتجات.

ج/ زيادة الجودة الإئتمانية بمعنى التأمين على المديونية وهذا ما يؤدي إلى إنخفاض تكاليف الديون غير المسدد وبالتالي إنخفاض خطر الديون المعدومة.

د/ زيادة مهارات موظفي البنك التسويقية بإدخال منتوجات جديدة.

ه/ زيادة الربحية من جراء إيرادات العملاء وتحسين الإنتاجية وزيادة ولاء العملاء.

---

[1] - د/عبد المطلب عبد الحميد ، العولمة و إقتصاديات البنوك، مرجع سابق ، ص 59

[2] - د/ هشام البساط ، صيرفة التأمين Bancassurance –مرجع سابق ، ص 457

و/ زيادة الحصة التسويقية لخدمة تأمين الأفراد فلقد عرف نجاحا كبيرا ونتائج مرضية (تطور صيرفة التأمين في سوق الأفراد بشكل أساسي).

ي/ إستفادة شركة التأمين من التوزيع الجغرافي لفروع البنك وقنوات التوزيع عن بعد للبنك بمعنى توسع شبكة نقاط البيع.

1-1-2- الأثار السلبية :

من بين الأثار السلبية الناتجة عن تقديم خدمات التأمين ما يلي :

أ/ تعرض وسطاء التأمين إلى إنحفاض في حصتهم السوقية أي وقوع ضرر عليهم بدخول البنوك كموزع منتجات التأمين خاصة إذا كان يعمل كوكيل أو في ظل شركة شقيقة .

ب/ إحراج العميل في البحث عن شركة تأمين تقدم الخدمة بتكلفة أقل.

ج/ الميزة التنافسية التي تحضى بها البنك مقدم الخدمة ولا تكون لشركة التأمين.

د/ يبقى ولاء العميل للمصرفه وليس لشركة التأمين.

1-3- عوامل نجاح صيرفة التأمين :

تتطلب صيرفة التأمين تضافر الجهود بين المصرف وشركة التأمين ومن بين عوامل نجاحها ما يلي [1]:

- تكوين فريق عمل مشترك لاتخاذ القرارات وتنفيذها بالإضافة إلى التخطيط المتزامن بين الأقسام المختلفة في المصرف وشركة التأمين.
- التدريب المكثف للمعنين بصيرفة التأمين.
- تقديم خدمات تأمين بسيطة غير معقدة تلبي احتياجات العملاء، خاصة إذا كان البيع يتم من قبل موظفي المصرف أما المنتجات الأكثر تعقيدا فمن الأفضل بيعها من قبل متخصصين من شركة التأمين.
- تحديد شرائح العملاء المستهدفين وتحديد حاجاتهم.
- متابعة دقيقة لنتائج بيع الخدمة.
- أن تكون الاستراتيجية المتبعة متوافقة مع رؤية وثقافة المصرف وأن تتكامل خدمة التأمين مع خدمات المصرف الأخرى.

إذن باقتحام البنوك نشاط التأمين استطاعة الزيادة في إيراداتها و تنويع منتجاتها ومن ثم تعزيز مكانتها المصرفية والوقوف في وجه المنافسين وبدون تعرضها للمخاطر المصرفية.

2/ التوريق SecurtZation*: Sécurisation

هو تحويل المديونات أو الأصول المالية غير السائلة مثل القروض المصرفية إلى مساهمات في شكل

---

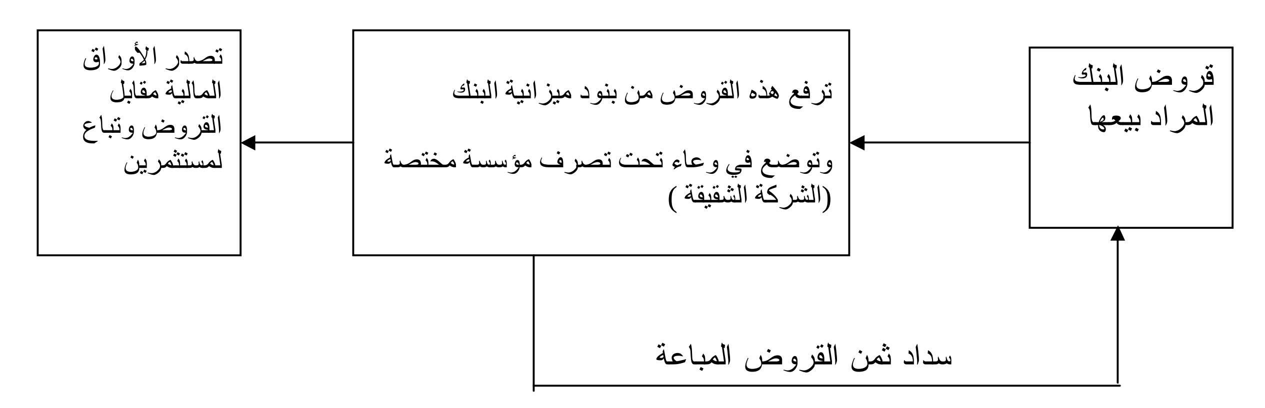
[1] - هشام البساط ، مرجع سابق ، ص463

أوراق مالية قابلة للتداول في أسواق رأس المال [1] وهي أوراق تستند الى ضمانات عينية أو مالية ذات تدفقات نقدية متوقعة، ولا تستند الى مجرد القدرة المتوقعة للمدين على السداد من خلال إلتزامه العام بالوفاء بالدين [2] .

تعتبر عملية التوريق أحد صور الإستثمار خارج الميزانية فإذا كان لدى البنك دين مشكوك في تحصيله فإنه يضطر الى تكوين مخصص له، وبالتالي من الأفضل على البنك توريق هذا الدين ببيعه الى مؤسسة مختصة في إصدار الأوراق المالية- وعادة تكون شقيقة - ، وهنا يكون أمام البنك خيارين إما الإحتفاظ بالأوراق المالية أو بيعها في السوق المالي وإعادت إستخدامها في مجالات أكثر ربحية .

والشكل التالي يوضح كيف تتم عملية توريق القروض المصرفية وتحويلها الى أموال جديدة تضاف الى مصادر التمويل التي يعتمد عليها البنك .

شكل رقم3 : توريق القروض



المصدر : د/ مدحت صادق ، أدوات وتقنيات مصرفية، دار غريب لنشر، القاهرة ،2001، ص 242

من خلال الشكل يتضح لنا أنه بإمكان البنك التخلص بطريقة بسيطة من قروضه وتحويلها الى أصول في ميزانيته عن طريق بيعها الى مؤسسة مالية مختصة وتقوم هذه الأخيرة بطرح أوراق مالية قابلة لتداول وتطرح للبيع في السوق المالي ويتم سداد حصيلة البيع كثمن لشراء الدين وتدخل من جديد إلى البنك مكونة مصدر تمويل جديد .

* securitization مشتقة من كلمة securities بمعنى الأسهم والسندات

[1] - د/ عبد المطلب عبد الحميد ، العولمة وإقتصاديات البنوك ، مرجع سابق ، ص39

[2]- KENDALL LRON ,MICHAEL FISHMAN ;securitization ; edition the mit press cambridge ;London 1996 p 1

3- خدمة التأجير :

إن خدمة التأجير معرفة منذ فترة طويلة في البنوك التجارية ولكن اعتبرنها خدمة حديثة نتيجة لإدخال الأساليب المعاصرة في تقديمها وكذا تداخل السوق وما ينتج عنه من صعوبة الحصول على الأموال بالإضافة الى إدخال الأصول المنقول في عملية التأجير بعدما كانت تتم فقط على الأصول الثابية . الأمر الذي دفع البنوك إلى العمل مع شركة شقيقة مختصة في تأجير الأصول مما يساعد البنك في التغلب على عدم كفاية المواد المالية لتلبية بعض طلبات الاقتراض.

إن عملية التأجير الحديثة لا تختلف في طبيعتها عن التقليدية إذ أنها تتم من خلال حصول البنك على إ تفاق مع بعض المؤسسات التجارية لتأجير الآلات لعملائها بأسعار متفق عليها مع البنك، وفيه عدة أنواع[1] :

3-1- التأجير التشغلي :

حيث تقدم التجهيزات للعملاء وتضمن إلى المستأجر الصيانة، ومن مميزاته أن دفعة الإيجار لا تكفي لتغطية الدفعة الكلية للأصل، ما يبين أن عقد الإيجار لا يمتد الى نهاية عمر الأصل، مما يدل على أن التكلفة الكلية تغطى من خلال إعادة تأجير الأصل .

3-2- التأجير التمويلي :

يتميز بتطلبه إطفاء كامل قيمة الأصل خلال فترة العقد بالإضافة الى عدم تقديم خدمات الصيانة ولا تتعهد بتقديم باقي المصاريف، وفيه نوعين هما: البيع وإعادة التأجير والتأجير المباشر .

3-3- التأجير المقرون برافعة تمويل :

يتم هذا النوع من التأجير عادة على الأصول المرتفعة القيمة ويتميز بوجود ثلاث أطراف المؤجر المستأجر والبنك المقرض، حيث يتم الإتفاق مابين المؤجر والمستأجر على تأجير أصل معين وتقوم الجهة المؤجرة بالحصول عليه بناءا على طلب المستأجر كما يقوم المؤجر بدفع مقدار 20% إلى 30%من قيمته والباقي يمول عن طريق قرض .

وبالتالي يمكن القول أن البنوك تحقق العديد من المزايا نتيجة تقديمها لهذه الخدمة أهمها :

- المحافظة على عملائها الحاليين والمحتملين .
- زياد العائد من خلال حصولها على عمولة
- جذب الشركة الشقيقة إلى التعامل معها وما لذلك من دور في زيادة الموارد المالية المتاحة من خلال ودائعها والقروض التي قد تطلبها من البنك .

---

[1]- دا منير إبراهيم الهندي ،إدارة البنوك التجارية مدخل إتخاذ القرار ، ص179-181 و: د/ هاني محمد دويدار، التمويل التأجيري من الوجهة القانونية ، بحث في الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، الجزء الثاني-الجديد في التمويل المصرفي-مرجع سابق ص 8 - 13

بالإضافة إلى الى كل الخدمات التي رأيناها أصبح البنك يقدم خدماته في المحلات الكبرى والسوبر ماركت حتى أنها أبرزت فكرة إنشاء السوبر ماركت المصرفية التي تعتبر بمثابة فرع يقدم خدمات مصرفية متكاملة وقريبة من العملاء، كذلك تكوين فروع تتخذ شكل مخازن للأقسام تعمل 24سا/ 24سا لتلبية الحاجات المختلفة للعملاء المميزين لدى البنك كالأثرياء ورجال الأعمال[1]، بالإضافة إلى إنشاء الفروع كاملة آلية أو شبه آلية لتقديم الخدمات إلى العملاء بطريقة حديثة وتكنولوجية، واستعمال قنوات التوزيع عن بعد – التي سنعرفها في الفصل القادم-.

إن غرض البنك من كل ما سبق هو تنويع الخدمات المعروضة وتقريبها من المتعاملين معه لأجل زيادة حصته السوقية، ولتحقيق هذه الأخيرة اتبعت البنوك عدة إستراتيجيات حديثة في مجال تسويق خدمات المختلفة وبأساليب أكثر حداثة .

المبحث 3 : إستراتيجية التسويق المصرفي

لقد إزداد الإهتمام بالتسويق المصرفي في الآونة الأخيرة نظرا للتغيرات والتطورات المستمرة في النشاط المصرفي، وكذا تزايد حدة المنافسة في السوق وإدراك البنوك لأهمية إشباع حاجات العملاء فهو يعتبر عامل حاسم من أجل البقاء في السوق.

إن التسويق المصرفي لم يعد ساكنا كما كان من قبل حيث أن خبراء التسويق عملوا على استحداث استراتيجيات والقيام بدراسات وأبحاث بدرجة ملموسة ومكثفة غايتها إقتحام الأسواق الكبرى والمتنامية وكذا مسايرة التطورات العالمية في تكنولوجيا المعلومات و الإتصال، لذلك كان من الضروري تكييف تقنيات ومبادئ التسويق المصرفي التقليدي مع المتطلبات التي توفرها أحدث أدوات الإتصال، مما أدى إلى ظهور الوجه الجديد للتسويق الذي يتماشى مع الإقتصاد الرقمي ألا وهو التسويق الإلكتروني لأجل التعرف على هذا الأخير سنعرض في هذا المبحث بعض المفاهيم العامة حول التسويق ثم بعد ذلك نتطرق إلى المزيج التسويقي الحديث وكمطلب أخير نعرض فيه الإستراتيجيات الحديثة في التسويق الإلكتروني.

[1]- د/ مدحت صادق، أدوات وتقنيات مصرفية ، مرجع سابق ، ص 21.

المطلب 2 : مفاهيم عامة

سنعرض في هذا المطلب المراحل الأساسية التي مر بها التسويق حتى وصلنا إلى التسويق الإلكتروني كما سنتناول التعريف الشامل لهذا الأخير.

1- تطور التسويق المصرفي :

قبل التوجه إلى التسويق الإلكتروني مر التسويق المصرفي بعدة مراحل تتمثل فيما يلي [1]:

1-1 - مرحلة تسويق العرض (1970) :

تعرف أيضا بمرحلة ترويج العرض حيث قامت البنوك بالأنشطة الترويجية من دعاية، إعلان وترويج للخدمات نتيجة المنافسة الشديدة على جذب حسابات التوفير و الإدخار والعمل على المحافظة على العملاء الحاليين لديها، حيث قامت بإنشاء وحدات تنظيمية خاصة بالتسويق أو تغيير إدارات العلاقات العامة إلى إدارات التسويق وقامت هذه الأخيرة بإستخدام عدة أساليب لجذب العملاء .

1-2- مرحلة تسويق الطلب :

ترتكز هذه المرحلة على الإهتمام بالزبون والمحافظة عليه من خلال شعار" الزبون هو الملك " (le client est roi) ويمكن أن نميز فيها مرحلتين :

1-2-1 - مرحلة الإهتمام الشخصي بالعملاء :

هدف البنوك هو المحافظة على عملائها وتم ذلك بإتباع عدة استراتيجيات منها [2] :

أ/ توجيه الخدمات المصرفية وفقا لرغبات العملاء.

ب/ تحديث أساليب وأنظمة تقديم الخدمات المصرفية.

ج/ تقديم استشارات للعملاء ومساعداتهم في إتخاذ القرارات المالية الصحيحة والمناسبة لهم .

د/ تحديث وتطوير أماكن تأدية الخدمة وخاصة صالات الإنتظار بجعلها أكثر جاذبية وإزالة الحواجز الزجاجية بين الموظف والعميل مما يجعله موضع ترحيب مستمر.

1-2-2- مرحلة التجديد و الإبتكار :

هنا بدأ التوجه نحو التجديد و الإبتكار في نوعية الخدمات المقدمة وكيفية تقديمها والقيام بدراسات وأبحاث مستمرة من أجل تقديم أفضل المنتوجات للعملاء مثل : بطاقات الإئتمان، الخدمات عن بعد عن طريق الهاتف، المنتال، السوبر ماركت المصرفية ...إلخ .

---

[1] - Michel Badoc, Bertrand Lavayssiére, Emmanuel Copin, @ marketing de la banque et de l'assurance, édition
و . د/ عوض بدير الحداد ، تسويق الخدمات المصرفية ، البيان للطباعة والنشر الطبعة الأولى ، 1999 ، ص 28 إلى 32
و : Philip kotler, Marketing Management : Analyse, planning implantation, and control, 8th ed, Englewood cliffs, 1994, P28-29

[2] - د/ عوض بدير الحداد ، تسويق الخدمات المصرفية ، مرجع سابق ص 29

وهنا واجهت البنوك مشكل سرعة تقليد الخدمة من باقي البنوك لهذا لم تجد البنوك أمامها إلا الإستمرار في الإبتكار والإيداع لعرض أفضل الخدمات التي تلبي حاجات المتعاملين مع البنك.

1-3- مرحلة تسويق إدارة التوزيع :

ويمكن تقسمها إلى مرحلتين :

1-3-1 - مرحلة التركيز على قطاع محدد من السوق :

هنا أدركت البنوك أنها لا تستطيع تلبية رغبات كل فئات المتعاملين لهذا عليها التخصص في منتجات معينة من خلال اللجوء إلى ما يعرف بالإحلال التسويقي Positioning [1] بإتباعها برنامج تسويقي معين يميز الخدمة المصرفية عن مثيلاتها في البنوك الأخرى، وهذا ما عملت عليه الولايات المتحدة الأمركية من خلال إتخاذ بنك Harris Bank رمز الأسد.

1-3-2- مرحلة تنظيم التسويق :

أصبح النشاط التسويقي يتم في إطار أنظمة متكاملة للمعلومات وإعداد الخطط التسويقية.

1-3-3- مرحلة إعادة تنظيم التوزيع :

أدركت البنوك أهمية الوسيط الذي يربط البنك والعميل وظهر قنوات مختلفة للتوزيع ومحاولة ربطها بالتطورات التكنولوجيا المختلفة .

1-4 - التسويق الإلكتروني : (**E-marketing**):

في سنة 2000 ظهر التسويق المصرفي الإلكتروني [2] لأجل استعمال التكنولوجيا المتاحة بهدف إرضاء الزبائن وتلبية حاجاتهم (Les besoins intimes) بطريقة دائمة ومستمرة، ويعتمد في ذلك على أربع متغيرات أساسية تتمثل في :المعلومة، التكنولوجيا، التوزيع (الإمدادية) والموارد البشرية.

ويمكن تلخيص كل المراحل السابقة في الشكل التالية :

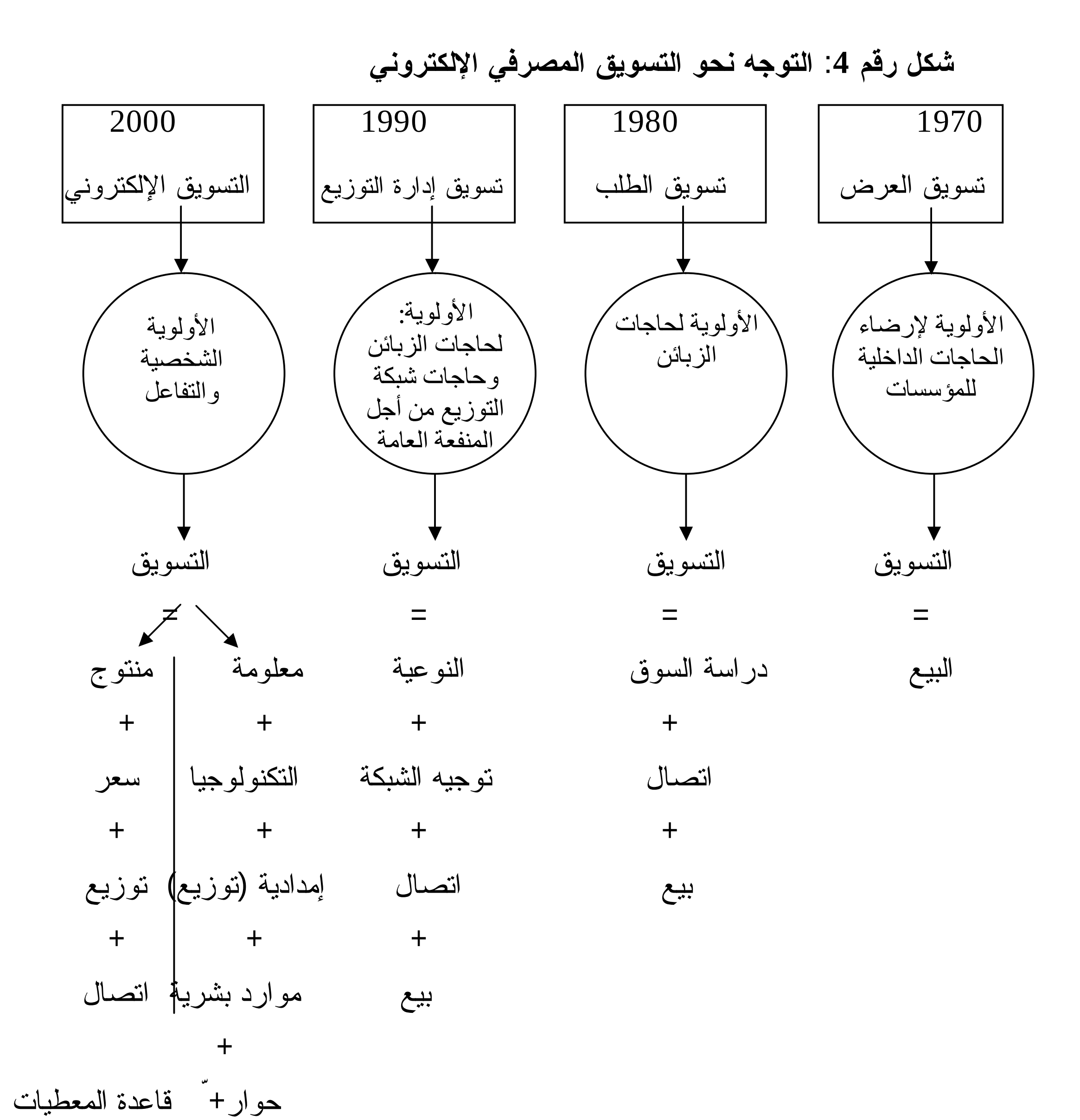
---

[1] - الإحلال التسويقي : تميز البنك عن منافسيه.،لمزيد من المعلومات أنظر : زياد رمضان ومحفظ جودة ، الإتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك ، مرجع سابق ، ص 305.

[2]- قبل أن يظهر باسم التسويق الإلكتروني أطلق عليه الأمريكيون إسم intimay marketing (le marketing de l'intimités) بمعنى علاقة شخصية تقود إلى الصداقة , لمزيد من المعلومات أنظر:

Michel Badoc, Bertrand Lavayssiére, Emmanuel Copin, @ marketing de la banque et de l'assurance ,Op. cit, P74

شكل رقم 4: التوجه نحو التسويق المصرفي الإلكتروني



source : Michel Badoc, Bertrand Lavayssiére, Emmanuel Copin, @ marketing de la banque et de l'assurance ,Op. cit p :70 . بتصرف

من خلال الشكل نلاحظ أن الإستراتيجيات التسويقية التي تتبعها البنوك في تسويق خدماتها المصرفية تتماشى والتطورات الحاصلة في سوق توزيع الخدمة الذي يعتبر فيه العميل القيمة الجوهرية، إذ بدأ من التسويق يمثل إستراتيجية البيع حتى الوصل إلى المفهوم المعتمد على العديد من التغيرات التي يعمل البنك على إيجاد التوليفة المناسبة للمزيج التسويقي و المنسجة مع متغيرات التسويق الإلكتروني – سنعرفها لاحقا-.

2- مفهوم التسويق الإلكتروني :

لا يختلف مفهوم التسويق الإلكتروني في جوهره عن التسويق التقليدي إلا من حيث تقنية الإتصال المستعملة، إذ يمكن تعريفه بأنه :

- نظام متكامل من الأنشطة المتداخلة والهادفة إلى التخطيط، التسعير، الترويج والتوزيع للخدمات مرضية لحاجات العملاء الحاليين والمرتقبين من المستهلكين النهائيين عن طريق تقنية إتصال حديثة متمثلة في الإنترنيت بما يضمن الفعالية والسرعة في الأداء [1].

- كما تم تعريفه على أنه التسويق الذي يهدف من خلاله إلى استعمال مجموعة من التكنولوجيا المتاحة إلى تحسين ربح المنظمات وهذا بالإرتكاز على إشباع الحاجات الفردية لكل زبون بطريقة عامة ، مستمرة وتفاعلية في إطار أكبر قرب ممكن من الزبون [2].

المطلب 2 : المزيج التسويقي الحديث :

يمثل المزيج التسويقي الإستراتيجية التسويقية التي تحددها إدارة التسويق من خلال إيجاد التوليفة المناسبة التي تتماشى مع حاجات الزبائن، وتبقى عناصر المزيج التسويقي ثابتة مهما تغير توجهات البنوك في تقديم خدماتها المصرفية وسنحاول في هذا المطلب التعرف على العناصر الرئيسية للمزيج التسويقي (4P)، كما سنعرض أهم ركائز التسويق الالكتروني التي يعمل البنك على التنسيق بينها لإيجاد توليفة منسجمة مع السياسات التسويقية .

1- عناصر المزيج التسويقي :

يتكون المزيج التسويقي من أربعة عناصر تتمثل في الخدمة، السعر، التوزيع (المكان) و الإتصال (الترويج) ويمكن تلخيص عناصر المزيج التسويقي وكذا أهم ركائز التسويق المصرفي الإلكتروني في الشكل التالي :

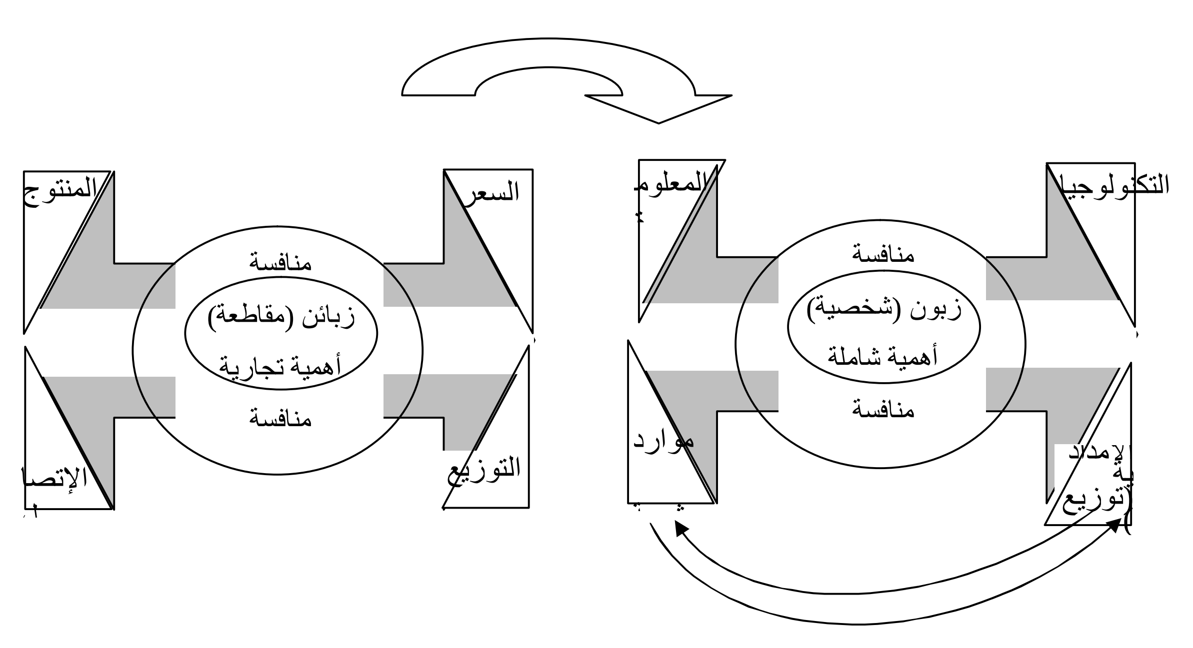
---

[1]- محمد مسعود عبد الفتاح ، التسويق ، المكتب العربي الحديث ، بيروت ، الطبعة الخامسة 1995 ، ص 26.

[2] - MICHEL BADOC, Bertrand Lavayssiére, Emmanuel Copin, @ marketing de la banque et de l'assurance Op.Cit P76

شكل رقم5 : المزيج التسويقي في العالم الرقمي.





Source : Michel Badoc , Bertrand lavayssiére, Emmanuel copin, @marketing de la banque et de l'assurance ,édition d'organisation ,2000 p :79.

من خلال الشكل نلاحظ أن المزيج التسويقي الحديث في العالم الرقمي أضيفت له العديد من الكائز الناتجة عن التغيرات الحديثة وخاصة الإلكترونية التي مست الخدمات المصرفية وسنحاول التعرف على المزيج التسويقي الحديث بالإضافة إلى أهم هذه الركائز .

1-1- المنتوج Produit :

التوجه الحديث للبنك هو عرض مختلف خدماته عبر العديد من القنوات وأهمها الإنترنيت لذلك نميز نوعين من المنتوجات على الإنترنيت[1]:

1-1-1 - المنتوجات والخدمات الرقمية Les produits et les services numérique

تضم مجموعة من المنتوجات والخدمات المرتبطة بالمعلومة وتمتاز بسهولة التقييم وصعوبة التقليد.

1-1-2- المنتجات المادية Les produits physique

هي كل المنتوجات التي يتم بيعها عبر الإنترنيت والتي تظهر على صفحة تحمل عنوان خاص بها يعرف بالموقع (Le site).

1- J .P BERNADET, A BOUCHEZ, S. pihier, précis de marketing série Nathan , 1996 , P66

والمصرف مهما تكن طبيعة الخدمة فهو يركز على نطاق تقديمها، جودتها ومميزاتها وكذا دراسة ربحيتها من خلال تحليل مفهوم دورة حياتها.

1-2 - السعر Prix :

يبقى المفهوم الجوهري للسعر ثابت سواء في التسويق المصرفي التقليدي أو الإلكتروني إذ أنه القيمة المحددة للمنافع التي يحصل عليها الفرد من الخدمات أو هو المبلغ النقدي المدفوع للحصول على خدمة مصرفية معينة[1] ، والإشكالية التي تطرح ليست في تحديد السعر وإنما في كيفية تسديد قيمة الخدمة إذ نجد البنوك أصبحت توفر العديد من الطرق الإلكترونية لتسوية المدفوعات تتمثل في بطاقة الإئتمان الشيك الإلكتروني، النقود الإلكترونية و الدفع عن طريق الانترنيت .

1 - 3 - سياسة البيع والتوزيع (Place المكان) :

أصبحت تستعمل البنوك قنوات متعددة لتوزيع خدماتها المصرفية تتمثل في الهاتف، المنتال، التلفزة الرقمية والإنترنيت ويعتبر هذا الأخير أهم قناة خاصة بعد توفير خدمة البيع عن طريقه ولقد ساعدت في تسويق منتوجات البنك بطريقة فعالة وهذا يرجع لما يلي [2]:

- الوسيلة الجديدة : كل ما هو جديد يشكل وسيلة جذب للمستهلكين (الإنترنيت ظاهرة جديدة).
- يستطيع البنك إقامة علاقة مع زبائنه دون وجود وسيط من خلال الإنترنيت (البنك الإفتراضي لبيع المنتوجات).
- تقليص الوقت و إنخفاض التكلفة .

1-4 - سياسة الترويج Promotion :

ويتم من خلال هذه السياسة التعريف بالخدمة المصرفية من خلال استعمال أحدث وسائل الإتصال ويعتبر الإنترنيت من خلال مواقعه المختلفة أهم وسيلة أصبحت تستخدمها البنوك في ترويج خدماتها بالإضافة الى الوسائل التقليدية .

2 - الركائز الأساسية لتسويق الإلكتروني :

قسمها Michel Badac إلى أربع ركائز أساسية كما سبق وأن رأيناها في الشكل

2-1- المعلومة :

تعتبر مصدر مهم لإبتكار منتجات جديدة وخلق قيمة مضافة للزبون والبنك.

---

[1]- د/ عبد السلام أبو تحف ، التسويق وجهة نظر معاصرة ، الطبعة الأولى ، مكتبة الشعاع 2001 ، ص 438.

[2]- M FRANCIS , rapport du groupe de travailLlorentz commerce électronique sit : http://www.finances.gouv.fr/commerce_electronique/lorentz/sommaire.htm , ou bien sit www.deigitalbusinessglobe.com

2-2 - الموارد البشرية :

يعتبر عنصر هام بالنسبة للبنك إذ أن الكفاءة المالية والمستقبلية التي تتكيف مع التغيرات التكنولوجية تنعكس إيجابا على البنك.

2-3- التكنولوجيا :

تساعد في الإنتاج والتطور وإدخال خدمات تزيد من الحصة السوقية للبنك.

2-4/ الإمدادية :

تحقق الإتصال الذي يضمن تحسين العلاقة و الإرتقاء بها إلى الصداقة ما بين البنك والعميل من خلال القنوات المختلفة التي تعرضها البنوك لتقديم خدماتها المصرفيةوالمتمثلة في الوكالة، الهاتف، المنتـــال، التلفزة الرقمية، الأنترنيت .

وهذه العناصر الأساسية جعلت التسويق الإلكتروني يمتاز بما يلي :

- لا وجود لحدود جغرافية فلقد اقتحم كل الأسواق والتعامل مع مستخدمي الإنترنيت من كـــل أنحـــاء العالم[1].

- تسويق واحد الواحد (Marketing one to one):

يهدف التسويق التقليدي لمقاطعة من الزبائن تجمعهم خصائص وحاجات ورغبات مشترك.

أما الإلكتروني فهو تسويق واحد لواحد أي يهدف لتلبية الحاجات الخاصـــة بـــالفرد (Les besions intimes)[2].

- تسويق تفاعلي interactif :

تشكل علاقة شخصية ومباشرة لمدة من الزمن تؤدي إلى تفاعل آني[3] التي تهدف لخلق رد فعل الزبون مما يؤدي إلى حدوث استجابة بطلب الخدمة، وهذا يساعد على الإبتكار والإرتقاء إلى الأفضـــل مـــن أجل تحقيق حاجات الأفراد.

---

[1]- مداخلة كل من:د/.كمال رزيق و د/.مسدور فارس، التجارة الالكترونية، مجلة الاقتصاد المجتمع، لم تنشر.

[2]- MICHEL BADOC , Bertrand lavayssiére , Emmanuel copin @ marketing de la banque et de l'assurance, op cit ,70

[3]- IBID , P70

المطلب 3 : السياسات التسويقية الحديثة في البنوك التجارية Marketing policy

إن جوهر النشاط التسويقي هو محاولة إحداث تطابق بين رغبات و إحتياجات المستهلكين من ناحية وبين إمكانيات وموارد البنك من ناحية أخرى، وينجح المصرف كلما استطاع تحقيق هذا التطابق لذلك اتبعت البنوك عدة استراتيجيات في تسويق خدماتها المصرفية التقليدية أو الحديثة وتبقى هذه السياسات صالحة في ظل الخدمات الإلكترونية.

1 - سياسة تطوير وتنمية المزيج التسويقي للخدمات المصرفية :

تعمل إدارة البنك على الإهتمام بكل عنصر من عناصر المزيج التسويقي -كما سبق وأن رأينا- وتعمل على مواكبته مع التطورات المختلفة ومحاولة إيجاد توازن وتنسق بينها ، وتتضمن هذه السياسة عدة جوانب يمكن تلخيصها فيما يلي :

1-1- خصائص الخدمة المصرفية :

إن خصائص الخدمة المصرفية تجعل السياسات التسويقية المطبقة عليها تختلف عنها في السلع ومن بينها ما يلي [1]:

- إرتباط العرض بالطلب من خلال إعتماد البنك على الودائع في أداء كافة الخدمات، لهذا نجد المختصين في التسويق المصرفي يعملون على اختيار سياسة تشجيع الودائع وتسهل من جهة أخرى مجال الإقراض والإستثمار.
- الخدمات المصرفية مرتبطة بإسم البنك ودرجة الثقة فيه.
- تعدد وتنوع الخدمات المصرفية مقارنة مع المؤسسات المالية الأخرى.
- تأثر الخدمة المصرفية بالقرارات السياسية و الإقتصادية.
- الترابط والتكامل ما بين الخدمات المصرفية، فمثلا تقدم خدمة الحساب الجاري وما يتبعها من خدمات مشتقة (لإقتطاع المباشر ، خدمات البطاقات وارتباطها بالنقود الإلكترونية...الخ)
- مراعاة الخصائص الضمنية للخدمة المتمثلة في الرمزية (ترمز كل خدمة مصرفية إلى وظيفتها) ، الإتصال (ضرورة إجراء إتصال بين البنك والعميل من خلال قنوات الإتصال المختلفة وخاصة عن بعد ولمدة 24/24سا) والإدراك (العميل يدرك الخدمة معناه التعامل أو عدم التعامل معها بمعنى التعرف على منافع الخدمة المقدمة من خلال أدوات الإتصال المختلفة).

1-2 - تخطيط الخدمات :

تحتاج سياسة تطوير وتنمية مزيج الخدمات المصرفية إلى تخطيط الخدمات لتحقيق عدة أهداف منها :

- زيادة رقم الأعمال من خلال الحفاظ على المتعاملين الحاليين وجذب المحتملين.

---

[1]- د/ عوض بدير الحداد ، تسويق الخدمات المصرفية ، مرجع سابق ، ص 49

- تحقيق استقرار البنك.
- تطبيق سياسة التنويع في الخدمات لتحقيق هامش ربح معين.

1-3- تطوير مزيج الخدمات المصرفية :

يتم تطوير مزيج الخدمات المصرفية من خلال ما يلي :

- إدخال الوسائل الحديثة وخاصة الإلكترونية لتقديم خدمات ذات كفاءة عالية.
- التوسع في تقديم الخدمات المصرفية ومحاولة عرضها عبر العديد من قنوات التوزيع المباشرة (الوكالة) أو عن بعد من خلال : الهاتف، المنتال، التلفزة الرقمية والإنترنيت.

1-4 - خطوات تقديم الخدمات المصرفية الحديثة في السوق المصرفية.

يمكن تلخيص هذه الخطوات فيما يلي[1] :

- إجراء بحوث منتظمة لدراسة السوق المحلية والعالمية من خلال الأفكار التي يحصلون عليها من إجراء دراسات على عينة من العملاء، دراسة خدمات البنوك المنافسةو أفكار الخبراء في المجال التسويقي.
- تجميع الأفكار وتقييم فعاليتها ودراسة صلاحيتها وتطبيقها على أرض الواقع.
- صياغة الأفكار في شكل توصية بخدمات جديدة تتضمن تحليل السوق ، تحليل الخدمة ، تحديد مواصفاتها واستراتيجية تسويقها.
- تحديد مجال تقديم الخدمة من خلال تجزئة السوق وفقا للخصائص الجغرافية ، اللابيرارطية وأنماط حياة المتعاملين ومنافعهم.

2- سياسة ترويج الخدمات المصرفية :

تعتبر كسياسة مكملة للسياسة السابقة وتتم بدراسة السياسات الترويجية من خلال لفت إنتباه العميل وإعلامه بمختلف الخدمات التي يعرضها البنك وكذا مميزاتها، كيفية الحصول عليها و الإستفادة من منافعها، إقناعه بالخدمة وحدثه على قرار التعامل مع البنك، ويتم تحقيق ذلك من خلال ما يلي :

2-1- الإعلان :

الغرض منه هو التأثير على تفكير، إدراك، دوافع، اتجاهات وسلوك العميل، وحتى يكون للإعلان فعالية لابد من توافر عدة شروط منها [2] :

- الصدق والأمان في التعبير عن خصائص ومواصفات الخدمة المقدمة.
- إختيار الوسيلة المناسبة للإعلان.

---

[1] - د/ عبد المطلب عبد الحميد ، البنوك الشاملة عملياتها وإدارتها ، مرجع سابق ، ص 253

[2]- بنك التجارة والتنمية ، ترويج الخدمات المصرفية ، الموقع : http://www.newsofcd.com/

- تخطيط وتصميم الرسالة الإعلانية من خلال الإستعانة بمختصين في هذا المجال.

- متابعة النشاط الإعلامي ومحاولة إدراك النقص.

2-2 - البيع الشخصي :

وذلك من خلال الإتصال المباشر بالبنك أو من خلال المواقعه المختلفة التي يخصصـــها البنـــك لبيـــع منتجاته عبر شبكة الأنترنيت .

وهذا يساعد على معرفة الزبون وبالتالي التعرف على حاجاته وتقديمه من المنتوج المناسب له بمعنى إيصال المنتوج الملائم للشخص المناسب[1].

2-3- الإعلام :

ويتم استخدامه كوسيلة لترويج الخدمات المصرفية من خلال وسائل الإعـــلام المختلفـــة ، الصـــحف ، المجلات ، التلفزة ، الإذاعة و شبكة الإنترنيت ومن خلالهم يتم بث معلومات تأخذ الطـــابع الإخبـــاري عن البنك والخدمات المقدمة.

3- سياسة الإنتشار الجغرافي :

ويعتبر الإتجاه الحديثة لهذه السياسة هو استخدام القنوات التوزيع المختلفة والمتمثلة أساسا في الإنترنيت من خلال المواقع المستعملة في التعريف بالبنك والخدمة وتقريبها منه وما لذلك من آثار على البنك.

---

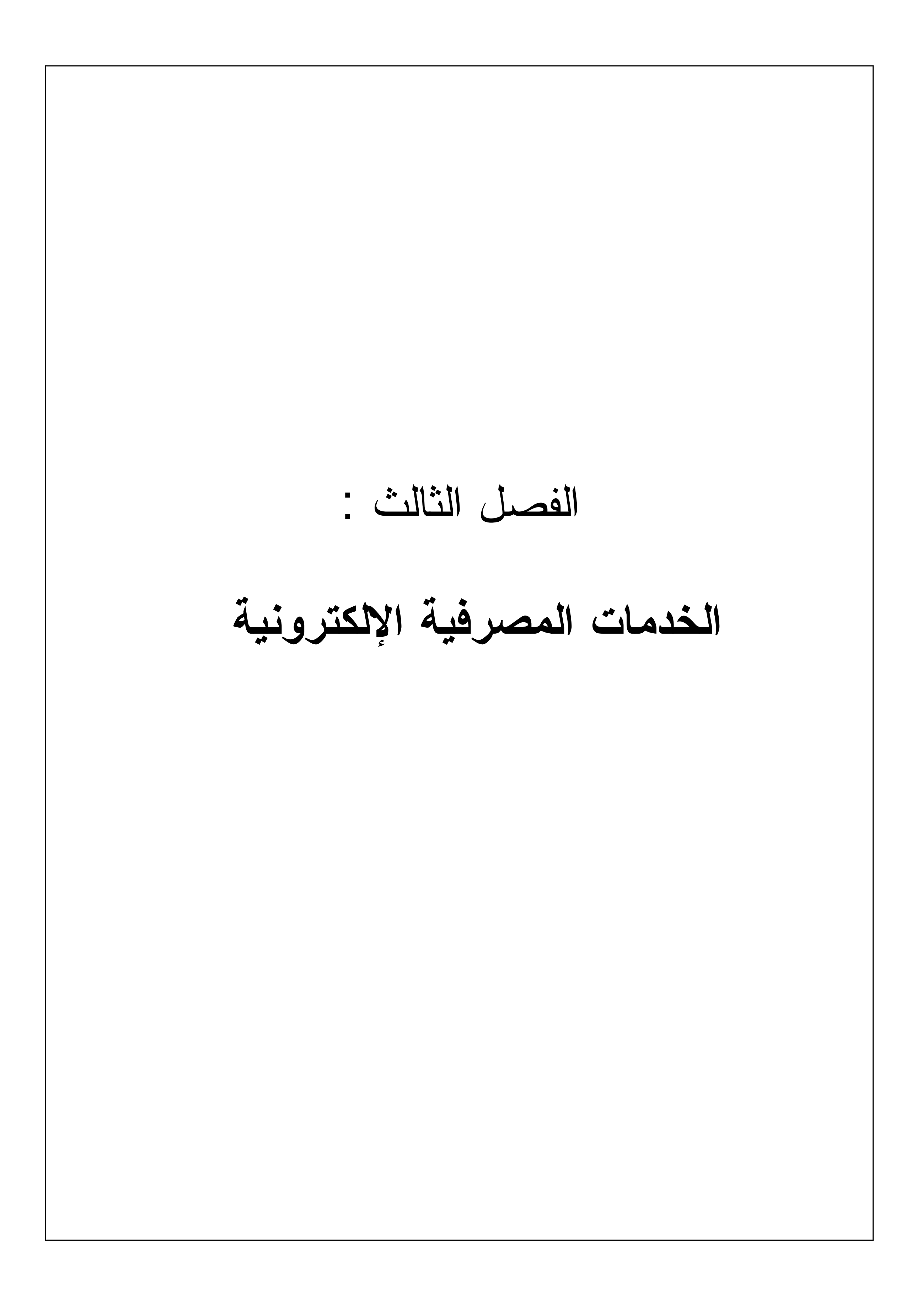
[1]- MICHEL BADOC , Bertrand lavyassière, Emmanuel copin @ marketing de la banque et de l'assurance, Op.cit , P90

خاتمة الفصل :

إن التوجهات الحديثة للبنوك التجارية تعتمد على مدى كفاءتها في استغلال كل الفرص لتحقيق رضا العملاء الذي يرتبط إرتباطا متزايدا بالإبتكارات التقنية، والغرض من ذلك هو الحفاظ على مكانتها المصرفية واستقرارها في ظل التغيرات الحاصلة في كل المجالات، بالإضافة إلى وقوفها في وجه المنافسين .

حيث تطرقنا في هذا الفصل الى أهم الإتجاهات الحديثة في مجال تقديم الخدمة المصرفية، إذ تعرفنا في المبحث الأول على إتفاقية تحرير تجارة الخدمات المصرفية والمالية ورأينا أثارها و إنعكاساتها على أعمال البنوك وبالأخص في الدول العربية، كما تناولنا في المبحث الثاني مختلف المجالات الحديثة التي إقتحمتها البنوك في تقديم خدمات، وذلك من خلال إبتكار خدمات مصرفية جديدة والعمل على الإدخال المستمر لتطورات التكنولوجيا المختلفة، كذلك تقديمها لخدمات في مجالات غير مصرفية لتحقيق أهدافها المتنوعة بتنوع مهامها، بالإضافة إلى الخدمات التي تقدمها في إطار الشركات الشقيقة.

أما في المبحث الثالث فلقد عرضنا توجه البنك نحو التسويق الإلكتروني خاصة بعد ظهور الخدمات الإلكترونية والتوجه التدريجي نحو الإقتصاد الرقمي، وتعرفنا على ركائزه المختلفة وكيفية التنسيق بينها وبين المزيج التسويقي، كما عرفنا أهم الاستراتيجيات التسويقية التي تعتمدها البنوك في تقديم خدمات المصرفية عبر قنوات التوزيع المختلفة وبالأخص الأنترنيت .



الفصل الثالث :

الخدمات المصرفية الإلكترونية

الفصل الثالث : الخدمات المصرفية الإلكترونية

مقدمة:

لقد أدت التطورات الحاصلة في تكنولوجيا الإتصالات والمعلومات التي شهدها هذا العصر إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل المصارف، وهذا لأنها تعتبر من أبرز القطاعات التي تتأثر وتستجيب للتغيرات الخارجية التي شكلت عاملا مساعدا لإعادة النظر في الخدمات وإلحاقها بالتطورات الحاصلة في كل المجالات، معتمدة على ما تنتجه التكنولوجيا وثورة المعلومات والإتصالات من وسائل حديثة ومتطورة، وأمام التوسع الكبير الذي يشهده استخدام الإنترنيت والتجارة الإلكترونية وجدت البنوك نفسها مجبرة على السير في إتجاه تقديم خدمات مصرفية إلكترونية، معتمدة على مختلف الأنظمة والإستراتيجيات في المجال الإلكتروني من أجل زيادة إمكانياتها التنافسية خاصة وأنه توجد العديد من المؤسسات المالية التي استغلت التطورات الإلكترونية و أدخلتها في تقديم خدمات مصرفية بطريقة ذات فعالية وجودة عالية، مما ساعدها على جذب العديد من عملاء البنك، الأمر الذي نبه البنوك بضرورة إدخال التقنيات الالكترونية في مجال عملها من أجل الاستعداد للمتطلبات الجديدة والدخول في الاقتصاد الجديد المعروف بالاقتصاد الرقمي وما لذلك من آثار على تحسين الخدمات والمنتوجات المصرفية.

ونظرا للأهمية التي تحظى بها الصيرفة الالكترونية خاصة مع تزايد الحاجة إلى الخدمات السريعة والفعالة سنركز عليها في هذا الفصل، كما سنتناول فيه الاتجاه التدريجي للبنوك نحو الخدمات الالكترونية، وعلى هذا الأساس قسمنا الفصل الى ثلاث مباحث :

المبحث الأول: قنوات تقديم الخدمات المصرفية عن بعد .

المبحث الثاني : الصيرفة الإلكترونية .

المبحث الثالث : أدوات الدفع الالكترونية المختلفة .

المبحث الأول : قنوات تقديم الخدمات المصرفية عن بعد

إن النجاح الذي حققه البنك المباشر* في عرض الخدمات المصرفية عن بعد عبـــر قنـــوات متعددة وبطريقة سهلة وفعالة ، أثبت أن العمليات المصرفية ضرورية للإقتصاد الحديث ولكن الهيئـــات المصرفية ليست كذلك، الأمر الذي دفع البنوك التجارية لمواجهة هذا الوضع الجديد والتصـــدي للبنـــك المباشر لأجل الحفاظ على عملائها ومكانتها المصرفية، ولا يتم ذلك إلا مـــن خـــلال إتبـــاع البنـــوك التغيرات المستمرة في مجال الإتصالات.

وتعتبر أول عملية قامت بها البنوك في هذا الإيطار هي إخراج بعض العملياتها المصرفية إلـــى خـــارج مقر البنك بإستعمال الهاتف، الشباك الآلي للبنكي (GAB) والموزع الآلي للنقود (DAB)، بالإضـــافة إلى استعمال الإعلام الآلي في تقديم خدمات مصرفية منزلية من خلال إستخدام برامج وأنظمة خاصـــة كما استغلت البنوك التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الاتصالات حيث أصبحت تستعمل الهـــاتف النقال في تقديم خدماتها وكذا استخدام شبكة الأنترنيت في عرض العديد من الخدمات، وباعتبـــار هـــذا الأخير أهم قناة فسوف نركز دراستنا عليه كما سنعرض في هذا المبحث الخدمات التي تقدمها البنـــوك عن بعد، بعد ذلك نتطرق إلى صيرفة الأنترنيت، وفي أخر هذا المبحث سنعرض المخاطر الناتجة عن تقديم الخدمات المصرفية عبر الإنترنيت .

المطلب الأول :الخدمات المصرفية عن بعد

سنتناول في هذا المطلب دوافع وأسباب اتجاه البنوك إلى تقديم خدماتها عن بعد مع عـــرض القنـــوات المختلفة والخدمات التي تقدم من خلالها.

1- دوافع البنوك إلى تقديم خدمات مصرفية عن بعد :

من العوامل التي جعلت البنوك تخوض غمار تقديم الخدمات لزبائنها عن بعد ما يلي :

1-1- ازدحام مراكز تقديم الخدمة المصرفية بالزبائن والعملاء :

لقد أدى ازدحام مراكز تقديم الخدمات المصرفية إلى إعاقة البنوك على تقديم خدماتها كما ينبغي وهـــذا راجع لما يلي :[1].

1-1-1- اختلاف الزمن من خدمة إلى أخرى ومن متعامل إلى آخر :

حيث أننا لو أخذنا الزبون طالب السحب النقدي لوجدنا أنه يكون في عجلة من الطالب لخدمة الإيداع أضف إلى ذلك الطالب لخدمات أخرى كالحصول على قروض، تسهيلات ائتمانية، اعتمادات مستندية

---

* بنك المباشر : كل تجربة بنكية بدون وكالات وليس لها مقرات ملموسة

[1]- د/ إدريس إسماعيل الطشاني، نشرة التجارة والتنمية ، 2004/04/25، العدد34، الموقع :

http://www.newsofcd.com/.

بطاقات الائتمان وغيرها من الخدمات المصرفية المختلفة فطالبها يكون أقل عجلة ولكنه يحتاج إلى معلومات من المصرف كالإجراءات، المستندات .. إلخ.

1-1-2- عدم القدرة على التحكم في عدد الزبائن القادمين إلى البنك والطالبين للخدمة المصرفية فحضورهم معروف أنه يكون بطريقة عشوائية.

- إذن مشكل الازدحام من الأمور التي شغلت بال المسؤولين في المصارف الأمر الذي دفعهم إلى تقديم خدمات مصرفية عن بعد لتغلب على هذا المشكل.

1-2- المنافسة :

إن البنوك تواجه منافسة شديدة في مجال تقديم خدمات مصرفية عن بعد من البنوك المماثلة وكذا من البنوك المباشرة بالإضافة إلى المؤسسات المالية المختصة التي أصبحت تمارس أعمال البنوك عن بعد.

1-3- حاجة العملاء لخدمات عن بعد :

حاجة العملاء إلى خدمات مصرفية ومطالبتهم بخدمات فورية ومريحة طيلة ساعات اليوم، بالإضافة إلى رغبتهم في التزود المستمر بالمعلومات المختلفة عن معاملتهم المالية.

1-4- زيادة الحصة السوقية :

إن رغبة البنوك في المحافظة على الحصة السوقية الحالية والعمل على زيادتها في المستقبل وذلك من خلال الحفاظ على العملاء والزبائن الحاليين وجذب المحتملين دفعتها إلى إدخال قنوات تقديم الخدمات عن بعد.

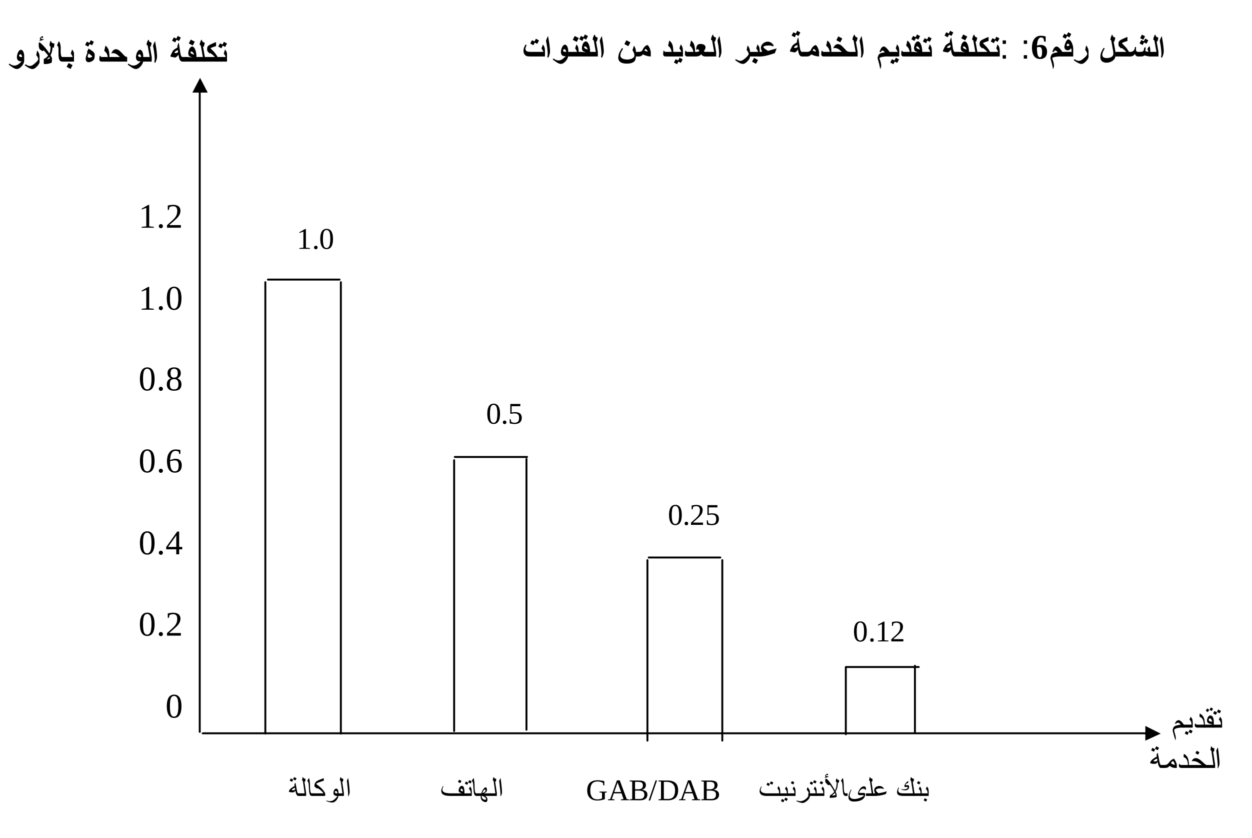
1-5- زيادة عائد البنك :

إن تنويع طرق البلوغ إلى البنك للحصول على الخدمة يساعد على زيادة فعاليتها و مردوديتها .

1-6- انخفاض تكاليف الخدمات المصرفية عن بعد:

إن تكلفة تقديم الخدمات عبر القنوات المختلفة أقل من تكلفة تقديمها عن طريق الوكالات وهذا ما يوضح لنا الشكل التالي:

الشكل رقم6: :تكلفة تقديم الخدمة عبر العديد من القنوات



Sources : voiller.x ; développer la Banque en ligne revue
Banque magazine, N° 603, Mai 2001, P31.

يوضح الشكل* أعلاه أن تكلفة المعاملات مرتفعة في الوكالات وهذا راجع للتكاليف الثابتة والتكاليف المباشرة الخاصة بالعملاء خاصة في المعاملات البنكية الكلاسيكية[1]، كما نلاحظ أن أدنى تكلفة للمعاملات تكون في الأنترنيت وهذا راجع لعدة عوامل - سنعرفها حقا -، وبسبب هذه العوامل أصبحت البنوك تقوم بأغلب المعاملاتها من خلال هذه الشبكة.

1-7- إلغاء القيود الجغرافيا والزمنية :

وتم تحقيق ذلك من خلال إمكانية الوصول إلى البنك في أي وقت على مدار 24 سا/24 سا وفي أي مكان مما يساعد على جذب العملاء.

2- فعالية الخدمة المصرفية وتوزيعها عن بعد حسب أنواع القنوات :

لقد تعددت قنوات التوزيع للخدمات المصرفية عن بعد وسنعرضها حسب تسلسلها التاريخي في الاستخدام .

* هذا الشكل خاص بفرنسا لسنة 2001 ونحن أخذناه كمثال لتبيين أكثر

[1]- ALI EDLIDRISSI, l'influence des technologies de l'information et de la communication sur les structures et le fonctionnement des banques, université de Nice Sophia, 2000 , p7.

2-1- استخدام البريد كأداة لتقديم الخدمة :

يعتبر البريد أول وسيلة استخدمها البنك في الاتصال عن بعد مع عملائه وزبائنه، ويتم من خلالها تقديم العديد من الخدمات منها :

- عروض على أنواع القروض الممنوحة .
- كشوف الحسابات المختلفة الخاصة بالعميل .
- يستعمل لطلب نقل من حساب إلى آخر (تغير طبيعة الوديعة) بالإضافة إلى إستعماله للإشهارات عن خدمات البنك الحديثة .

وما يلاحظ على هذه الوسيلة في الوقت الحالي أنها أصبحت غير فعالة خاصة بعد التطورات التي عرفتها وسائل الاتصال.

2-2- استخدام الهاتف كقناة لتقديم الخدمات :

يعتبر الهاتف من القنوات التقليدية التي استعملها البنوك في تقديم خدماتها المصرفية، إلا أنها لازالت تستعمله حتى أن وهذا بإجراء بعض التطورات على استخدامه، ويمكن تلخيصها فيما يلي :

- في البداية كان استعمال الهاتف يعتبر عنصر غير آمن على أسرار المتعاملين وذلك من خلال إمكانية إطلاع أي شخص على الحساب الجاري لشخص آخر، الأمر الذي يضع العامل في الشباك في إحراج بين إرضاء الزبائن و إحترام التعليمات، ومن أجل التغلب على هذا المشكل وضعت البنوك ما نسميه بالخادم الصوتي serveur vocaux، ويتم التعامل مع هذه التقنية من خلال تزويد العميل والزبون برقم للاتصال وهو يختار رقمه السري الذي يضمن له السرية التامة عند استخدامه لهذه التقنية[1].

ويمكن تقسيم الخدمات التي أصبحت تقدمها البنوك عبر الهاتف إلى مستويين[2] :

2-2-1- المستوى الأول :

خدمات الاستفسار والاستعلام عن الحسابات –أنظر الملحق رقم 1- ، بطاقات الائتمان وأخذ مواعيد.

2-2-2- المستوى الثاني :

إضافة إلى الاستفسار يستطيع العميل تنفيذ عمليات على حساباته وعلى بطاقته الائتمانية بالإضافة إلى تحويل من حساب إلى حساب آخر، والاستفسار على أسعار الأوراق المالية والعملات وكذا تسديد فواتير الخدمات العامة كما يستعمله البنك كتقنية لتسويق الخدمات.

---

[1] -ALI EDLIDRISSI , op cit , p 24

[2]- نشرة التجارة والتنمية ،خدمات المصرفية عبر الهاتف ، 25/ 04/ 2004، الموقع :
http:// www.bankofcd.com.

ولمعرفة رضا العملاء عن استعمال القنوات الكلاسيكية قام Bench mark group في ماي 2003 بإجراء صبر آراء على الخط لحوالي 1187 شخص من بينهم حوالي 90 % يستعملون الخدمات البنكية المنزلية عبر الأنترنيت[1] ، وتحصلوا على النتائج المدرجة في الجدول التالي :

جدول رقم3 : درجة رضا العملاء عن استخدام القنوات الكلاسيكية :

الحصول على الخدمة من الوكالة	
راضين	58 %
راضين جدا	20 %
غير راضين	22 %
الحصول على الخدمة باستعمال الهاتف	
راضين	51 %
راضين جدا	21 %
غير راضين	28 %

Source : Le journal du net, les internautes et leur banque : la génération multicanal jeudi 3 juillet 2003, site :

http://www.journaldunet.com/0307/030703enquetebanque1.shtml

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة الراضين عموما مقبولة في كل من الوكالة والتي تمثل 58 % والهاتف قدرت ب 51% وهذا يدل على الثقة الكبيرة للمتعاملين مع البنك في القنوات الكلاسيكية والتي تستخدم أغلبها في الحصول على الخدمات المعقدة .

أما نسبة الراضين جدا فنجدها لا تتجاوز ربع العدد، كما نجد غير الراضين في الوكالة وصلت نسبتهم الى 22 % أما في الهاتف 28 %، وهذا يرجع إلى أن هذه الفئة أصبحت تستعمل قنوات أخرى تحقق لها مزايا لم تحققها القنوات التقليدية.

---

[1] - le journal du net ،les internantes et leur banque , la génération multicanal jeudi 3 juillet 2003, sit: http://www.journaldunet.com/0307/030703enquetebanque1.shtml

2-3- الشباك الآلي البنكي (GAB Guichet Automatique de Banque والمــوزع الآلـــي للنقود (DAB) Distributeur Automatique de Billet :

استعملت البنوك هذه الآلات الذاتية الحركة منذ سنوات عديدة في تقديم العديد من الخدمات منها [1]:

- سحب النقود بمقدار محدد من طرف البنك (الحد الأعلى للسحب يختلف من بطاقة إلى أخرى ومن بنك إلى آخر).
- إيداع النقود السائلة.
- إيداع قيمة الشيكات في الحسابات البنكية.

وللحصول على الخدمات التي يقدمها كل من DAB/GAB يلزم من العميل أن يكون حامل لبطاقـة سحب مصدرة من طرف البنك أو أحد الأعضاء المشاركين في الشبكة ما بين البنوك .

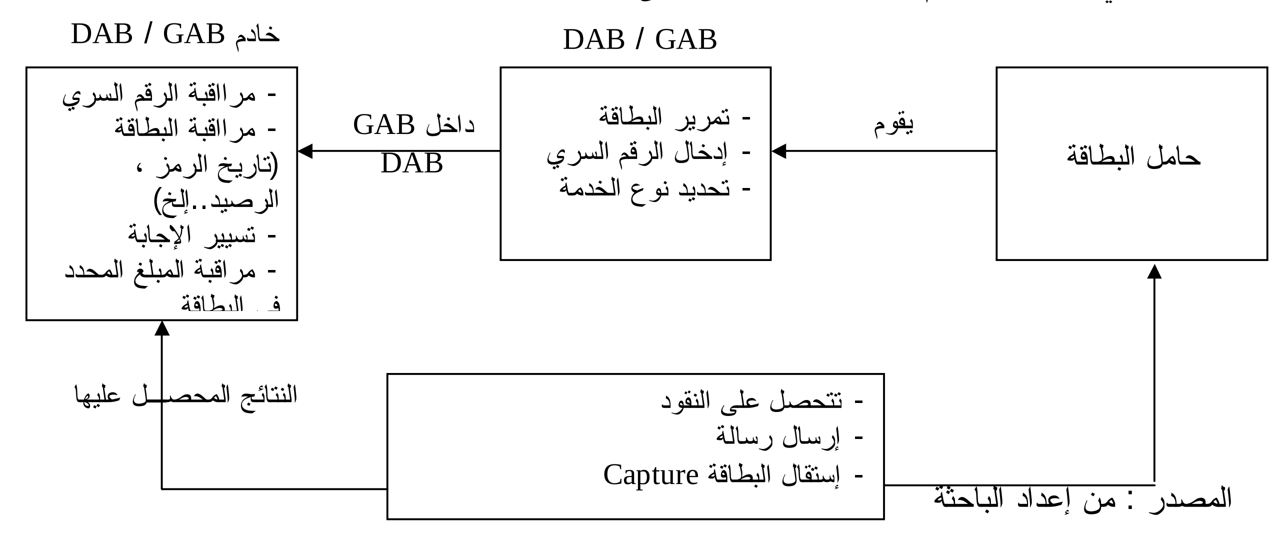
- ويمكن أن نميز بحسب موقع DAB وGAB نوعين :

2-3-1- DAB/GAB الداخلي : بمعنى أنه يوجد في مقر البنك سواء كان داخله أو خارجه

2-3-2 - DAB/GAB الخارجي (Hoissite) :

هو كل DAB وGAB موجود عند مؤسسات آخر غير تابعة للبنك كالمصارف ، المؤسسات التجارية المختلفة، المحلات الكبرى، المحطات، وكالات السفروغيرها من الأماكن العامة.

2-3-3- طريقـة DAB/GAB : يمكن تلخيص طريقة تنفيذ الخدمة في كل من DAB وGAB في الشكل التالي : **شكل رقم7 : طريقة الحصول على خدمة DAB وGAB**



المصدر : من إعداد الباحثة

[1] - Lue berner rollande , la banque et vous-100répons es a vos questions, , Op.Cit, P215- 216

من خلال هذا الشكل نلاحظ أن الطرفيات المستعملة في تقديم الخدمة تحقق الأمان لكـــل مـــن العمـــلاء والبنك وهذا يرجع للأنظمة المستعملة في مراقبة البيانات الموجودة على البطاقة .

2-3-4- حجم إستخدام DAB/GAB :

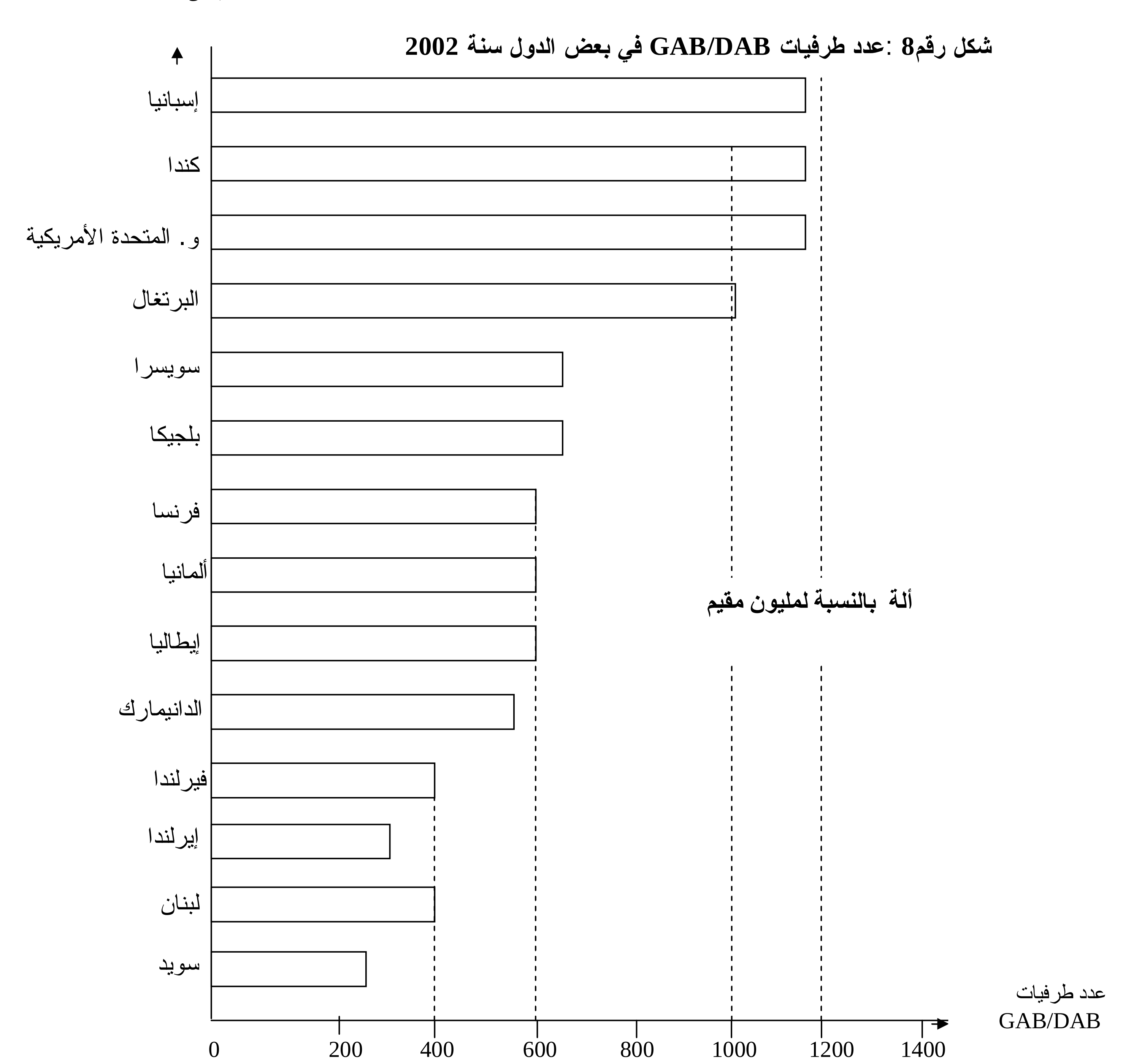
يستعمل DAB /GAB بشكل واسع في كل من الدول الأمريكية، الأوربية وحتى الكثير من الدول العربية، حيث بلغ عددها في أوروبا 40780 موزع للنقود وشباك ألي بنكي سنة 2003[1] .

كما أن رغبة البنوك في التوسع وتحقيق راحة عملائها في الخارج، عملت على الإتفاق مع العديد من المؤسسات المالية والتجارية - في الداخل وفي الخارج -على تمكين عملائها من سحب الأموال من DAB و GAB الخاص بها* ، وتتم عملية التسوية من خلال شبكات عالمية ما بين البنوك – سنعرفها لاحقا – والشكل التالي يبين لنا التطورات التي عرفها إستخدام DAB/GAB في االعديد من الدول الصناعية

---

[1]-Sans acte , Carte bancaire CB, 2003, Sit : http://www.cartes-bancaires.com/

* يتم الحصول على خدمة السحب من الخارج فقط بالنسبة لبعض البطاقات(البطاقات الدولية.)



Source: Européenne, banque des règlements internationaux.

Fédération bancaire française, la banque en chiffres 2002, Novembre 2003 P7. sit: http://www.fbf.fr/Web/internet/content_fbf.nsf/(PageByDocID)/DC2C02A866E3C2EDC1256DE400210D0B/$File/Banque_en_chiffres_2003.pdf

من خلال الشكل نلاحظ أن عدد طرفيات DAB و GAB مرتفع في كل من إسبانيا، الولايات المتحدة الأمريكية وكندا وهذا يدل على حجم الإستخدام الواسع لها في هذه الدول .

أما في باقي الدول فنلاحظ أن عددها مقبول نسبيا وهذا يرجع إلى أنها تستخدم تقنيات أخرى تقدم العديد من الخدمات التي يقدمها GABو DAB ، فمثلا فرنسا نجدها تستخدم المنتال كقناة لتقديم العديد من الخدمات .

2-4- إستخدام المنتال (Minitel) كقناة لتقديم الخدمات المصرفية :

يعتبر المنتال من القنوات التي استعملتها البنوك الفرنسية في تقديم خدماتها المصرفية ، فلقد ساعد على ظهور بنك المنزل(La banque à domicile)، حيث أنه يسمح للعملاء بالحصول على معلومات وتحقيق عمليات بنكية عن بعد، وعلى الرغم من أن البنوك استعملت العديد من القنوات خاصة بعد التطورات التي عرفتها تكنولوجيا الإعلام و الإتصال بقي المنتال مصدر هام يستعمله ويفضله العديد العملاء في الحصول على الخدمات المصرفية .

2-4-1- المراحل الأساسية لتطورات المنتال :

لقد تأثر المنتال بالتطورات التكنولوجيا المختلفة، حيث أنه مر بالعديد من المراحل يمكن تلخيصها فيما يلي[1] :

ا/ المرحلة الأولى : بدأت خدمة المنتال في فرنسا عام 1982 من طرف مؤسسة الإتصالات الفرنسية France télécom .

ب/ المرحلة الثانية : في عام 1984 طورت فرنسا قناة المنتال من خلال فتح كشك آلي Kiosque Télématique* خارج البنك للحصول على الخدمات المصرفية البسيطة كمعرفة رصيد الحساب الجاري، معدلات الفائدة، طلب الحصول على دفتر الشيكات ...إلخ

في هذه المرحلة كانت مؤسسة France Télécom تقدم الخدمات عبر المنتال مجانا حيث قال أحد ممثليها " أنه من الصعب على العائلات شراء جهاز بدون ما يعرفون بالتدقيق الخدمات التي يتيحها أو يقدمها "[2].

ج/ المرحلة الثالثة : بدأت عام 1985و تميزت هذه المرحلة ببداية إستخدام المنتال بدفع رسوم ولكن بمستوى أقل (مبالغ رمزية)، بالإضافة إلى أن تحديد هذه الرسوم كانت تطبق على خدمات معينة

---

* télématique = إدماج الهاتف و الإعلام الآلي

[1] -Sans acte, 20 ans de succès déjà pour Minitel p1, site : http://www.leskiosques.com/V3/solutions/minitel/histoire.php4

[2]- Minitel: Histoire du réseau télématique français, site : http://latts.cnrs.fr/site/tele/rep1/Minitel2.doc

فقط وليس كل الخدمات.

د/المرحلة الرابعة : وهي تعتبر مرحلة جديدة من التطورات التي لحقت بالمنتال، حيث تم سنة 1995 إدخال طرفيات جديد Terminaux في تقديم الخدمات المصرفية كـ le magis بمعنى المنتال يحتوي على قارئ للبطاقات الذكية (Minitel intégrant un lecteur de carte à puce) ، كذلك Sillage لهو الهاتف يحتوي على شاشة تابعة للمنتال (Téléphone à écran intégrant des fonctions Minitel).

ه/ المرحلة الخامسة : تميزت بنقطة إلتقاء المنتال مع الإنترنيت سنة 2000، وتعتبر مؤسسة PIC هي أول مؤسسة عرضت الإستعمال للمعلومات بين Web و Minitel. حيث يتقاسم كل منهما في نفس الوقت المعلومات القاعدية الخاصة بالخدمات المصرفية المقدمة عن بعد، ووضع هذا النظام المزدوج لأجل التوفير اليومي لخدمة المنتال بإستعمال الإنترنيت .

وفرنسا تعمل كل ما بوسعها لخلق صنف جديد مدعم بين الوسيلتين بغرض الحفاظ على عملائها خاصة بعد التطور الهائل الذي لحق بالإنترنيت[1].

و/ المرحلة السادسة : يعتبر عام 2002 مرحلة جديدة شهدا المنتال فيها إستعمال مكثف عبر الإنترنيت من خلال الحاسب الشخصي P.C.

ي/ المرحلة السادسة : بالإضافة إلى إستعمال المنتال عبر الإنترنيت من خلال تخصيص مواقع في Yahoo، Boursorama، Altavista، تم دمج المنتال مع التلفاز سنة 2004 من خلال دمج طرفيات خاصة في التلفاز (عناصر باعثة للخدمة)، وكذلك تم وضع أنظمة لإستعماله مع الهاتف النقال حيث وصل رقم أعماله بإدخال الهاتف النقال إلى 30 مليون سنة 2004[2].

2-4-2- استخدامات المنتال في المجال المصرفي :

يستطيع العملاء من خلال المنتال الحصول على العديد من الخدمات المصرفية عن بعد نذكر منها ما يلي[3] :

- فحص الحسابات الجارية (معرفة الأرصدة، معرفة آخر العمليات التي قام بها العميل).
- طلب الحصول على البطاقات المصرفية.
- معرفة أسعار البورصة التي تستخدمها البنوك في إدارة محافظ الأوراق المالية وكذا معرفة أوضاع السوق المالية.

---

[1] - Mohamed BENDANA, du Minitel à Internet : Perception du risque et transition. Ais site : http://www.pic.fr/site/minitel2.html
[2] -Voir ; la diffusion du téléphone mobile en France, histoire de courbe dans flux, n°422
[3]- MOHAMED BENDANA , du Minitel à Internet : Perception du risque et transition, op cit

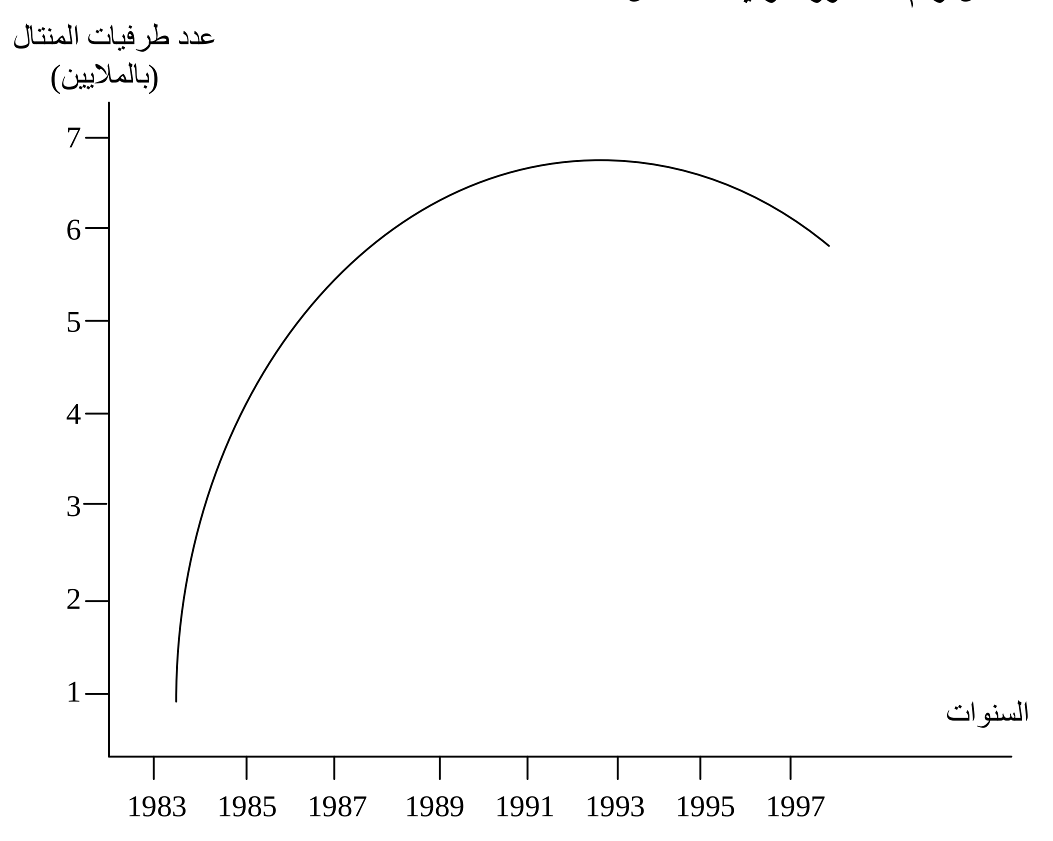
- الحصول على التقارير السنوية للمؤسسات وهذا يساعد في إتخاذ قرارات القروض.
- طلب دفتر الشيكات.
- معرفة المنتجات البنكية المعروضة
- الإستفسار على بعض الخدمات (الحصول على المعلومات).
- معرفة التوقعات المستقبلية لرجال الأعمال والتي تساعد في إقتحام الأسواق المالية.

2-4-3- التطورات التي عرفها إستخدام المنتال (الطلب على الخدمة عبر المنتال) :

نستطيع أن نميز مرحلتين أساسيتين في حجم التعامل بالمنتال ، مرحلة عرفت تطور واسع لطلب الخدمات المصرفية من خلاله، ومرحلة ثانية شهدت تراجع ملموس.

أ/مرحلة الإزدهار : وهذه المرحلة يبينها لنا الشكل التالي :

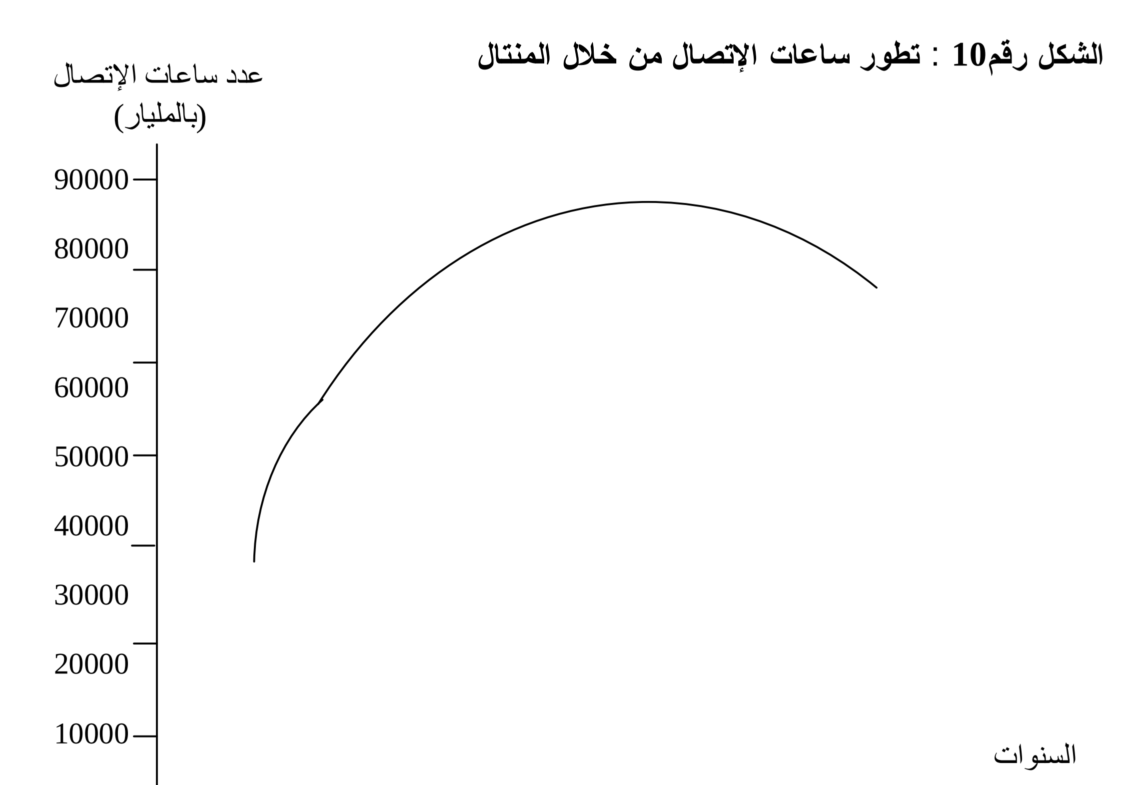
الشكل رقم9: تطور طرفيات المنتال



Source : minitel hestoir de réseau telematigue francais ,p3 sit ;

http://latts.cnrs.fr/site/tele/rep1/Minitel2.doc

الشكل رقم10 : تطور ساعات الإتصال من خلال المنتال



Source : minitel hestoir de réseau telematigue francais ,p 4 , sit ;

http://latts.cnrs.fr/site/tele/rep1/Minitel2.doc

من خلال الشكلين نلاحظ أن المنتال عرف تطور ملحوظ سواء من خلال عدد الطرفيات أو ساعات الإتصال للحصول على الخدمة وهذا يرجع أساسا إلى الخصائص التي إمتاز بها، حيث أنه يعتبر القناة الأفضل والأكثر فعالية في تقديم مختلف الخدمات المصرفية عن بعد في الفترة الممتدة مابين 1986-1997، لهذا نجد المصارف استعملته كقناة لتقديم خدماتها المصرفية وحقق نتائج جيدة خلال هذه الفترة

ب/ مرحلة التقهقر:

نتيجة للتطورات التي عرفتها شبكة الإنترنيت خاصة، تراجع الطلب على الخدمة من خلال المنتال حيث بينت آخر الإحصائيات نسبة التراجع التي شهدها المنتال كما يلي [1]:

[1]- هذا الجدول يبين نسبة التراجع لكل الخدمات بما فيها الخدمات المصرفية.

جدول رقم4: نسبة تراجع الخدمات عبر المنتال

السنوات	نسبة التراجع	
	كشك Kiosque	بدون كشك Non Kiosque
2001	% 18,3 -	%15,5 -
2002	% 17,2-	%21,7 -
2003	%21,6-	%21,7-
2004 (6 أشهر الأولى)	%23,1-	%24,3-

المصدر : إعداد الباحثة [1]

من خلال الجدول نلاحظ أن حجم إستعمال المنتال في الحصول على الخدمات* شهد تراجع كبير وهو في تزايد مستمر، مما يدل على أن المتعاملين إتجهو نحو إستعمال قنوات أخرى تحقق العديد من المزايا التي لا يحققها المنتال، كما بينت إحدى الدراسات أن إستعمال المنتال في الحصول على الخدمات المصرفية تراجعت في آخر جوان 2004 بنسبة 22% [2] وهذا يرجع إلى الأسباب التالية :

- إمكانية الحصول على نفس الخدمة من قنوات أخرى كالهاتف النقال، التلفزة الرقمية الأنترنيت وبتكاليف أقل من تكاليف المنتال.
- التوجه إلى استعمال التكنولوجيا الحديثة (خاصة الشباب).
- محدود بالحصول على الخدمات المحلية فقط.

في الأخير يمكن القول أن المنتال قناة مازالت البنوك تستخدمها ولكن بنسبة أقل عما كانت عليه سابقا (يستعملونه العملاء الأوفياء بنسبة أكبر).

2-5- استخدام الهاتف النقال كقناة لتقديم الخدمة :

يعتبر الهاتف النقال من أحدث التقنيات المستعملة في تقديم الخدمات المصرفية عن بعد، حيث أنه يضفي عليها بعدا جديدا ومرونة في التعامل وهذا من خلال تخطيه حاجز المكان والزمان، ويتم التعامل مع هذه التقنية الحديثة من خلال الاتصال المباشر بمركز الاتصالات الهاتفية أوالخادم الصوتي Service vocaux، إضافة إلى استخدام الرسائل القصيرة SMS للحصول على المعلومات وكذلك

---

[1] --إعتماد على نتائج من :
Bilan Minitel 1r Semestres 2004, P=12/: (Service de communication résidentiels HDI, Kiosque) sit : http://www.leskiosques.com/V3/solutions/minitel/doc/BilanMinitel_S1_2004_b.pdf

[2]- Bilan Minitel 1er S. 2004 , op cit , p13

إمكانية إيصال هذا الأخير مع الأنترنيت للحصول على مختلف الخدمات وذلك من خلال تزويد العميل برقم سري وكذا إرشادات الحصول على الخدمة.

ومن بين الخدمات التي يتحصل عليها المتعاملين من خلال الهاتف النقال ما يلي :

- الاستفسار عن الحسابات الشخصية.
- تحويل الأموال.
- معرفة أسعار العملات.
- تفاصيل عن أرصدة حساباتهم وحركتها.
- معدلات الفائدة لكل أنواع الودائع.
- الحصول على آخر العمليات التي أجرها العميل.
- طلب الحصول على كشف الحساب المفصل.
- طلب دفتر الشيكات.
- الخدمات المتعلقة ببطاقات الائتمان.
- طلب تسديد فواتير الخدمات العامة.
- طلب تغير كلمة السر ورمز المستخدم في أي وقت.

إن استعمال الهاتف النقال في تقديم الخدمات المصرفية لازال يعاني من قصور كبير حيث لاحظ فوج Bench mark* أن حوالي 65 % من الأشخاص الذين تمت عليهم الدراسة لا يستعملون الهاتف النقال في الحصول على الخدمة المصرفية و 35 % الذين يستعملونه هم غير متيقنين من فعاليته وحوالي 42 % منهم هم غير راضين عن خدمة الرسائل القصيرة SMS التي تقدمها بنوكهم[1].

ومن أجل معرفة درجة رضى العملاء عن الخدمات المقدمة من طرف البنوك بإستعمال الهاتف النقال قام فوج Bench mark بدراسة وتحصل على النتائج المدرجة في الجدول التالي :

* النتائج التي تحصلنا عليها من نفس العينة صبر الأراء السابقة التي قام بها فوج بونشمارك أنظر ص77

[1]- Le journal du net, op. cit. Lundi 7 juillet 2003. sit : http://www.journaldunet.com/0307/030707enquetebanque3.shtml

جدول رقم5 : استعمال الهاتف النقال و درجة قبوله من العملاء لسنة 2003.

الخدمات	قنوات البلوغ باستعمال الهاتف النقال	نسبة الاستعمال			نسبة عدم الاستعمال
معرفة رصيد الحساب الجاري	- إنذار الرسائل القصيرة SMS	% 13			%87
معرفة رصيد الحساب الجاري		راضين جدا	راضين	غير راضين	
		% 26	% 32	% 42	
معرفة آخر العمليات المسجلة	استعمال المزدوج للأنترنت والهاتف النقال WAP	% 9			%91
		راضين جدا	راضين	غير راضين	
		% 9	% 29	% 62	
معرفة أسعار البورصة		% 8			%92
		% 4	% 27	% 69	
معرفة حالة سير الطلبات		% 7			%93

المصدر : إعداد الباحثة[1]

من خلال الجدول يتبين لنا أن نسبة قليلة فقط تستعمل الهاتف النقال في الحصول على الخدمات المصرفية، وفي هذه الأخيرة نلاحظ أن نسبة غير الراضين عن الحصول على الخدمة من قنوات البلوغ باستعمال الهاتف النقال أكبر من الراضين في كل الحالات وهذا يرجع حسب رأينا إلى :

- قنوات البلوغ باستخدام الهاتف النقال في الحصول على الخدمة حديثة وبالتالي فهي مازالت تعنى من نقص (لا يوجد تحكم كامل في عرض الخدمة كما ينبغي).

- الشبكة التي توفر الهاتف النقال تفرض تكاليف عالية مقارنة مع تكاليف القنوات الأخرى بمعنى انه يستطيع الحصول على نفس الخدمة بتكلفة أقل باستعمال قناة من القنوات التي عرفتها سابق.

---

[1] - اعتمادا على نتائج من :
Le journal du net, les internautes et leur banque : services mobiles, mention passable, Lundi 7 juillet 2003, sit : http://www.journaldunet.com/0307/030707enquetebanque3.shtml

3 - حالة الجزائر في الخدمات المصرفية عن بعد :

في إطار تقديم الخدمات المصرفية عن بعد في الجزائر قام مركز البحث وتسيير الإعلام التقني "Cerist" * بإمضاء عقد شراكة في ميدان البنك متعدد القنوات في 7 أفريل 2003 (Banque à distance multicanal (BdM)) مع مؤسسة فرنسية Diagram-Edi ، ومؤسستين جزائريتين لهما Magact - متخصصة في تعدد قنوات الإتصال – و Soyt engineering، حيث أعلن رئيس المشروع محمد سهنين أن " الهدف من المشروع هو تطوير العمل البنكي والعلاقة البنكية مع الزبائن وتسهيل الحصول على الخدمات المصرفية عن بعد من خلال تطوير قنوات الإتصال ".

ويتم عرض هذا المشروع على مرحلتين[1] :

- تطوير الإعلان (Signal) : وذلك من خلال تسليم أو تقديم كشف الحسابات عن طريق الفاكس ، الصوت الهاتفي (Vocal)، الرسائل القصيرة SMS ، البريد الإلكتروني (e-mail) والفحص عن طريق الإنترنيت لمدة 24سا /24سا وطوال أيام الأسبوع.

- أما المرحلة الثانية : يتم توسيع الخدمات المصرفية عن بعد إلى إمكانية التحويل من حساب إلى حساب أخر، محكاة القروض (Simulation) عن طريق الإنترنيت، طلب الشيكات والبلوغ المباشر لبورصة القيم المنقولة.

3-2- الخدمات المصرفية عن بعد في بنك بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR **) :

يعتبر BADR الرائدا في القطاع البنكي الجزائري في مجال إدخال التكنولوجيا الجديدة للاتصالات وهو يعمل دائما من أجل عرض خدمات تتماشى مع حاجات الزبائن والتطورات العالمية في مجال التقنية المصرفية الحديثة، حيث أنه عمل على إدخال تقنيات حديثة في تقديم خدماته المصرفية تتمثل فيما يلي :

3-2-1- شبكة الربط بين وكالات BADR (Réseaux de télétransmission) :

إن إستخدام الإعلام الآلي من أهم العناصر التي ساعدت بنك BADR في ربط وكالته ببعضها البعض حيث بدأت باستخدام نظام الإعلام الآلي المتمركز في إنتاج الملفات وكان ذلك سنة 1990-1991 ثم بعد ذلك اتجهت إلى إعلام التسيير غير المتمركز من خلال ربط الهاتف بالإعلام الآلي

---

* Cerist": Centre de Recherche sur l'Information Scientifique et Technique

[1]- MAZIANE RABHI;opération bancaire à distance ; économie ; 02/10/2003 et DADR INFOS ; une journée sur le e-banking ; N33 ; Mars / Avril 2003 ; p17

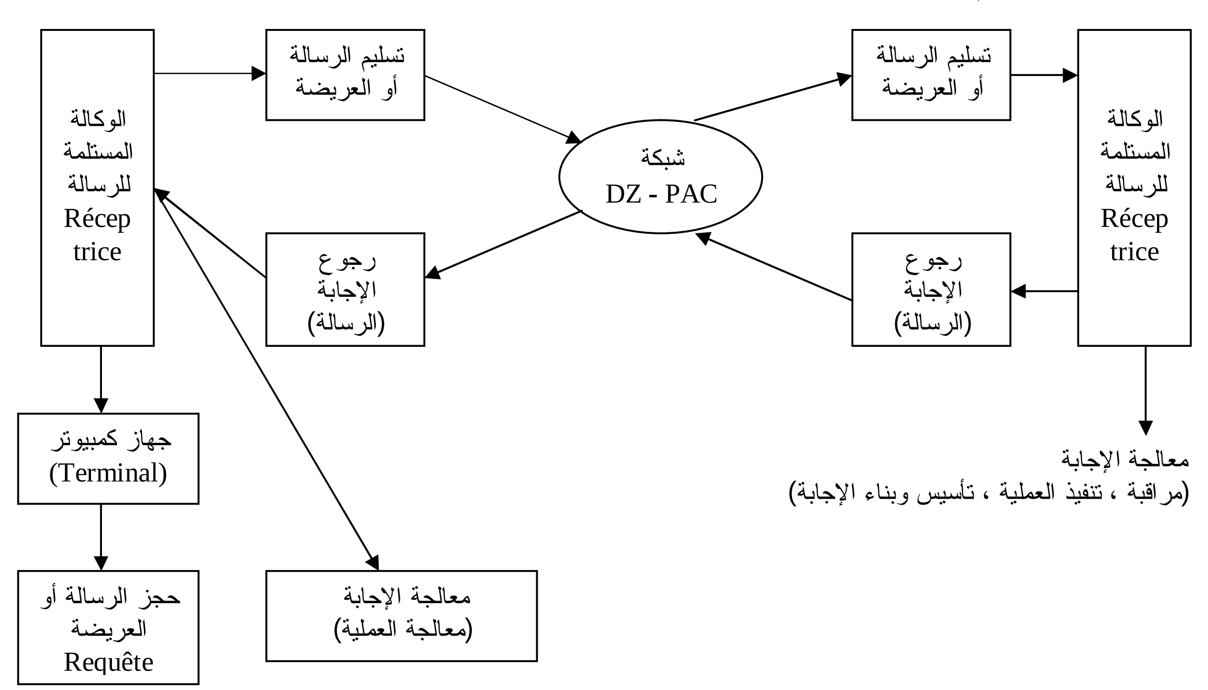
وكان ذلك في 10 مارس 1996 باستخدام شبكة الاتصالات DZ-PAC وكــذلك (Télématique) RTC [1] .

وكانت أول شبكة بنكية متصلة لـــ BADR تتكون من 100 وكالة وتقوم بالعمليات التالية [2] :

- تمكين العميل من السحب من أي وكالة خاصة بـــ BADR سواء كانت وكالته أم لا.
- تحويل المعلومات ما بين الوكالات.
- نقل المعطيات والمعلومات الخاصة بالفرع بإتجاه الموقع المركزي.
- صيانة عن بعد للنظام و امكانية إرسال بعض الرسائل الإلكترونية.
- التمكين من البحث في المعلومات الكبيرة بإستخدام قاعدة المعلومات(base de donnée)).

ولقد تم ربط كل وكالة BADR (300 وكالة) ببعضها البعض سنة 2003 وفيما يلي سنعرض شكل ويبين لنا طريقة نقل المعلومات بين الوكالات وفق للنظام المستخدم .

الشكل رقم11 :الإتصالات المباشرة بين الوكالات :



Source : BADR Bank, Télématique, la direction de l'organisation de l'informatique, revue N 14 , 2eme trimestre1996 , P17

رغم بساطة الطرفيات والأنظمة المستخدمة في نقل المعلومات والبيانات المختلفة بين الوكالات إلا أن هذا ساعد BADR في خفض العديد من التكاليف وإقتصار الوقت كما ساعد البنك في جذب العديد من

---

[1]- BADR bank, la BADR banque s'oriente vers une autre informatique télématique, la direction de l'organisation et de l'informatique, Revue N°14, 2eme Trimestre 1996 P16.

[2] -BADR bank, op cit , p 15 .

العملاء .

3-2-2- خدمة فحص الحسابات عن بعد (BADR Consult) :

في إطار تسهيل العمليات بين BADR والهيئات الأخرى خاصة المؤسسات الإقتصادية قامت بعرض خدمة الفحص عن بعد، حيث تستطيع المؤسسات فحص الحسابات ، متابعة حركتها اليومية ومتابعة كل التطورات المحاسبية وكذا البلوغ لكل العمليات المسجلة في اليوم السابق من خلال نظام الوكالة المتصل بالموقع المركزي للبدر المستعمل لشبكة DZ-PAC و RTC وكمرحلة ثانية من تطبيق هذا الخدمة سيتم إدخال خدمات أخرى تلبي حاجات المتعاملين مع البنك .

وتتم عملية فحص الحسابات كما يبينها الشكل التالي :

الشكل رقم12:طريقة الفحص الخاص بالعملاء

مؤسسة 1
مؤسسة 2
مؤسسة n
شبكة DZ – PAC RTC
خدمات الفحص لـ BADR
الخدمات المعروضة
- فحص الحسابات
- عرض الرصيد لحساب أو عدة حسابات للمؤسسة المنظمة
مركز المعطيات
معالجة المعلومات التي وصلت
شبكة : DZ-PAC RTC
معالجة المعطيات المتعلقة بالزبون المشترك في الشبكة (الرصيد ، mTVS)
وكالة 1
وكالة 2
وكالة n
وكالة 3...

Source : BADR-Bank, Télématique, le direction de l'organisation de l'informatique, revue N 14 , 2eme tremestre1996 , P17

من خلال الشكل يتضح لنا أنه بإمكان المؤسسات المتعاملة مع البنك الوصول إلى حساباتها عن طريقة الشبكة المستعملة في الربط والتي تمتاز بدرجة عالية من الأمان، وهذا يساعد البنك في الحفاظ على هذا الفئة من المتعاملين وما لذلك من أثار على حجم الموارد المالية المودعة لدى البنك .

كما يوفر البدر خدمة GAB/DAB، حيث بينت إحصائيات سنة 2003 أن البدر تمتلك 10 موزع آلي للنقود موزعين على المدن الكبرى، وهو يعتبر عدد ضعيف جدا مقارنة مع عدد وكالتها التي تقدر بـــ 300 وكالة[1].

---

* * BANK DE L'AGRICULTURE ET DU DEVELOPPEMENT RURAL

[1]- BADR infos, monétique , le rendez-vous de 2003- N° 33, Mars –Avril 2003, P25.

3-2-3- الخدمات المصرفية عبر الإنترنيت :

في إطار تدعيم سياسة تقديم الخدمات المصرفية عن بعد قام بنك البدر بتوفير خدمة فحص الحسابات الجارية الخاصة بالمؤسسات عن طريق الأنترنيت في 15 جوان 2004 من خلال موقع الأنترنيت www.BADR-bank.net، لكن لحد الآن لم تتم عملية من خلال هذا الموقع فهو مجرد صفحة على Web فقط[1]، وكذلك الأمر بالنسبة للبنك الخارجي الجزائري باستعمال GooGle على الموقع : http://bea.dz [2]، والبنك الشعبي الجزائري على الموقع : www.CPA-bank.com.

و من المشاريع المستقبلية للبنك البدرفي مجال الخدمات عن بعد هو العمل على طرح خدمة تعبئة الهاتف النقال من خلال GAB وDAB [3] .

أما حجم GAB /DAB في الجزائر فقد بلغ 300 آلة موزعة على كافة التراب الوطني[4] تقدم خدمة السحب فقط بإستخدام بطاقة السحب التي رأيناها سابقا .

4- علاقة الخدمة المصرفية بالقنوات المختلفة :

إن طبيعة الخدمة المراد الحصول عليها هي التي تحدد لنا القناة الملائمة، فكلما كانت المعاملات أو العمليات المصرفية معقدة كلما برز دور الكبير للوكالة وهذا ما يوضحه لنا الجدول التالي*:

جدول رقم 6:التوزيع النسبي لطلب الخدمة عبر بعض القنوات

أمثلة عن بعض الخدمات	الهاتف	البريد الإلكتروني E-mail	الوكالة
أخذ مواعيد	%66	%24	%10
الحصول على مستندات	%13	%57	%30
الحصول على نتائج لتوظيف (التشغيل)	%17	%12	%71
الحصول على قرض استهلاكي	%13	%14	%73
التمويل لشراء عقارات	%7	%8	%85

Source : Journal. Du Net, ،les internautes et leur banque , la génération multicanal jeudi 3 juillet 2003, sit:

http://www.journaldunet.com/0307/030703enquetebanque1.shtml

من خلال الجدول نلاحظ أن العمليات الهامة و الأكثر تعقيد كلها تتم من خلال الإتصال المباشر

---

[1]- YASMINE FERROUKI , La BADR de nouvelle Technologie à découvrit, le matin 21/04/2004

[2] -El Moudjahid, prochainement, le e-banking samedi 15 mai 2004,

[3] -Ahmed M,. La BADR tient la moitie de ses promesses sit :
http://www.itmag-dz.com/article-php3?id-article=139 , Op.cit

[4]- AMAR RAFA,Des cartes à puce pour effecteur des achats dans les commerces, La Tribune,Algérie ،OP CIT .

* هذا الجدول تم الحصول عليه من نفس عينة صبر الآراء السابقة. ص77

بالوكالة، فحين أن الهاتف والبريد الإلكتروني يستعملان للعناصر الأقل أهمية والتي يمكن الإنتظار فيها كالحصول على مستندات، أخذ مواعيد...إلخ بمعنى العمليات الثانوية، ويرجع السبب في ذلك الى التخوف من المخاطر المصرفية الناتجة عن هذه القنوات.

وعلى الرغم من ذلك نجد الكثير من المتعاملين يستعلون القنوات المختلفة عن بعد للحصول على الخدمة المصرفية، ويمكن تلخيص ذلك في الجدول التالي :

جدول رقم7: الخدمات المصرفية عن بعد :

نمط نوع العلاقة	أمثلة عن استخدامات الزبون	أمثلة عن قنوات البلوغ
الحصول على المعلومات (Accès aux informations)		
البلوغ إلى المعلومات الداخلية أو الخارجية المطلوبة	- معلومات عن المنتجات البنكية - معرفة أسعار العملات - تسعيرة البورصة	الأنترنيت ، المنتال، الهاتف
البلوغ إلى المعلومات الخاصة بالزبون	- كشف الحساب - فحص الحساب - البطاقات المصرفية	- GAB (الشباك الآلي) - DAB (الموزع الآلي للنقود) - الأنترنيت، المنتال
تبادل المعلومات ما بين البنك وعملائه (simulation)	- تبادل المعلومات فيما يخص القروض - تبادل المعلومات فيما يخص محفظة الأوراق المالية - متابعة الميزانية الخاصة	- الأنترنيت - الحاسب الشخصي مزود ببرامج خاصة Logiciel money
الإجراءات المطبقة على نظام المعاملات Actions sur le processus transactionnel		
العمليات القاعدية Opération de base	- تحويل البنكي - تحصيل الشيكات - فحص الحسابات - طلبات الحصول على العملات	GAB DAB - الأنترنيت - المنتال - Automate vocal (الصوت الآلي)
عمليات متطورة Opération évoluées	- أمر بيع وشراء الأوراق المالية - منح القروض	- الأنترنيت - المنتال (Minitel) - الخدمات الهاتفية البنكية
الاتصالات بين الأشخاص عن بعد Communication interpersonnelle à distance		
الاتصالات المباشرة Communication en temps réel	- إيقاف استعمال البطاقات المصرفية - الوضعيات العاجلة في الخارج فيما يخص الخدمات البنكية	- مركز الاتصالات الهاتفية
الاتصالات غير المباشرة Communication en temps différé	- الاحتجاجات - تحديد أو اخذ مواعيد	- الأنترنيت (البريد الالكتروني) - الهاتف

Source : Horizons bancaires, Banque et nouvelle technologies N° 316, février 2003, p23. sit : http://www.credit-agricole.fr/ca/kiosque-eco/horizons-bancaires/--n0316/HB316-extraits.pdf

يبين الجدول أن البنوك أصبحت تقدم خدماتها المصرفية عبر قنوات متعددة وما لهذا من فوائد كبيرة على البنك والزبون، حيث أن تقديم الخدمة المصرفية عن بعد يساعد في تحقيق العديد من المزايا منها:

- سرعة وسهولة الحصول على المعلومات في أي وقت من أي مكان.
- يتيح المعلومات أكثر للزبائن بتكاليف منخفضة مما يساعد على جذبهم .
- يساعد على التفاعل أكثر مع الزبائن من خلال تجميع المعلومات المختلفة عنهم وتخزينها في نظام المعلومات الخاص به، وهذا يمكنه من معرفة ملائتهم كما يساعده على توجيههم إلى الخدمات المصرفية التي يحتاجها و يرغب في الحصول عليها.
- وفي الأخير يمكن القول بأن القنوات المختلفة تعتبر عناصر متكامل فيما بينها وبين القنوات التقليدية (البريد ، الوكالة)، إلا أن إستخدام الأنترنيت أخذ الحصة الأكبر في الحصول على العديد من الخدمات المصرفية وهذا يرجع للمزايا العديدة التي يتميز بهذا هذا الأخير.

المطلب 2 : صير فة الإنترنيت

يجمع الكثير على أن خدمة الإنترنيت المصرفي تمثل خطوة متقدمة في القطاع البنكي وقد أصبحت عنوان العمل المصرفي الحديث والمتطور في العالم، ويعتبر القطاع المصرفي من القطاعات المالية التي إستفادت من المزايا العديدة للإنترنيت وهذا بحكم تعاملاتها مع ملايين الأرقام سواء من حيث عدد العملاء أو الأرصدة المالية التي تتعامل بها، لذا كان من الطبيعي أن تعمل المصارف كل ما بوسعها لتطوير وتحويل كل نشاطاتها على الإنترنيت بهدف خدمة زبائنها وعملائها 24/24سا وفي منازلهم ومن أي مكان بتكلفة قليلة.

ونظرا للأهمية التي يكتسيها الإنترنيت في المصارف سنحاول عرض مفهوم الأنترنيت المصرفي، بعد ذلك مزايا التعامل به وإدخاله في أداء الخدمات المصرفية المختلفة، كما سنعرض مختلف المواقع والخدمات التي تقدم من خلالها.

1- مفهوم الأنترنيت المصرفي :

هو خدمة مصرفية على الأنترنيت تقدمها العديد من المصارف بغرض توفير خدمة الوصول إلى البنك في أي وقت – على مدار 24 ساعة – وكذا إمكانية إجراء العمليات المصرفية من أي مكان في العالم وبدون مقابل مادي[1] .

ويتم الإتصال عن طريق الإنترنيت باستخدام البريد الإلكتروني (E.Mail) وعن طريق خدمة

---

[1] - حيث أن تكلفة العملية تتم بدون رسوم والتكلفة المترتبة على ذلك هي فقط خدمات توفير الشبكة و الاشتراك فيها وتكلفة استخدام الهاتف، لمزيد من المعلومات أنظر :رياض بواعنة ، الإنترنيت المصرفي أسرع وأسهل وأكثر أمان ، باب المقال ، 2004/05/25 ،الموقع
www.bad.com.sa/articles/Full-article.cem?id=8399

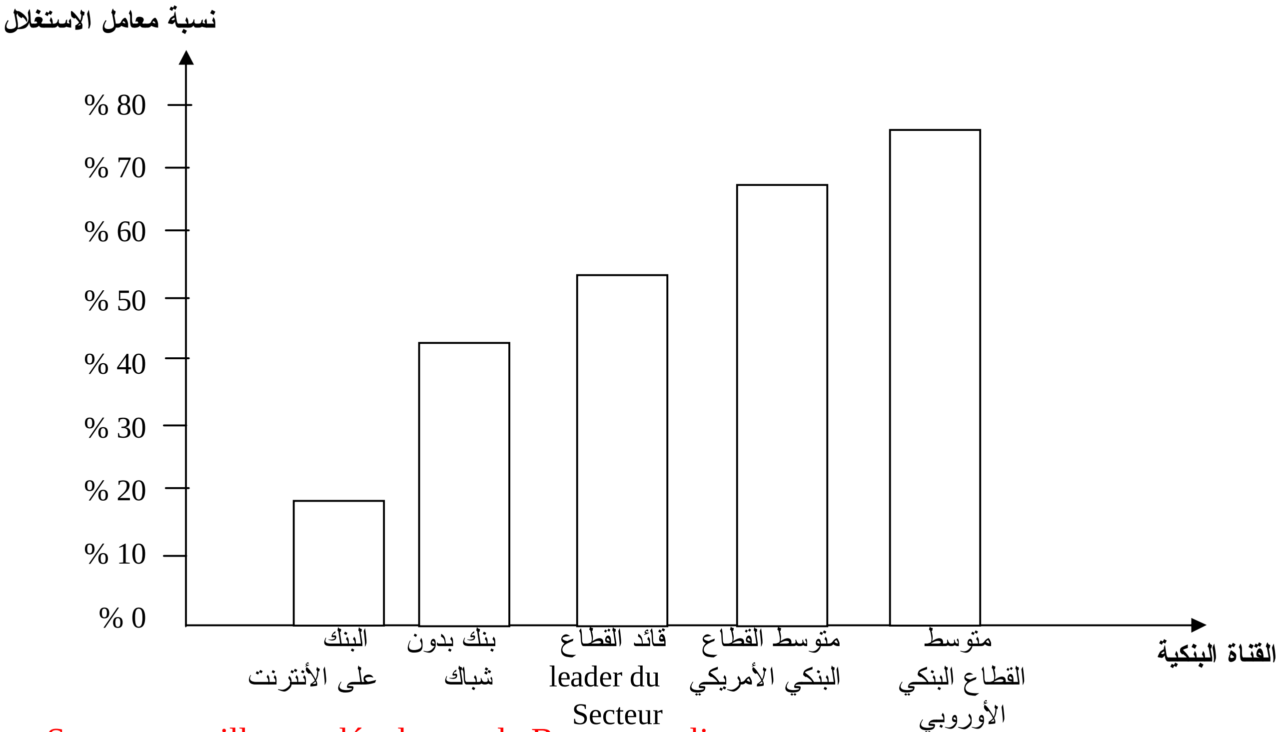
World Wide Web والتي يعبر عنها بشبكة المعلومات العالمية[1].

2- مزايا التعامل بالأنترنيت لتقديم الخدمات المصرفية :

تساعد شبكة الأنترنيت على توفير عدد من القنوات والمنافذ للعملاء من أجل إجراء تعاملاتهم المالية المختلفة و بتكاليف منخفضة، كما أنها تمكن العملاء من تحقيق كل العمليات التي يرغبون القيام بها والإطلاع على مختلف الحسابات الجارية و الاستثمارية على مدار اليوم بمعنى الحصول على الخدمة طوال أيام السنة وأيام العطل والأعياد.

بالإضافة إلى ذلك فهي تساعد على خفض تكاليف البنك وهذا يتضح من خلال معامل الإستغلال هو نسبة المصاريف العامة على الناتج الصافي البنكي، ويكون أقل من 3 إلى 4 مرات من معامل استغلال الوكالة [2] وهذا ما يوضحه لنا الشكل التالي :

شكل رقم13 : معامل الاستغلال



. Sources : voiller.x ; développer la Banque en ligne revue Banque magazine, N° 603, Mai 2001, P30.

من خلال هذا الشكل يتبين لنا أن أضعف معامل الإستغلال هو في استخدام الأنترنيت كقناة لتقديم

---

[1]- د/ حسن شحادة الحسين ، : العمليات المصرفية الإلكترونية - الصيرفة الإلكترونية-، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية و الإقتصادية ، الجزء الأول ، مرجع سابق ، ص 192.

[2] - ALI ELIDRISSI, l'influence des technologies de l'information et de la communication sur les structures et le fonctionnement des banques, université Nice Sophia 2002.,. P6, sit : http://www.ir2i.com/activite_cric/manif/nice2001/com/t3/Elidrissi.pdf

الخدمات المصرفية، وهذا يرجع إلى سببين [1]:

أ/ يحقق التعامل بالإنترنيت مداخيل معتبرة وهذا راجع لعدة عوامل منها :

- يتيح التعامل بالإنترنيت للبنوك التوسع وخلق فرص تنافسية كبيرة في الأسواق النقدية و المالية .

- يساعد على تقديم خدمات ومنتجات مصرفية جديدة كاستخدام أنظمة المدفوعات المتاحة حاليا (الدفع بالبطاقات المصرفية عن طريق الأنترنيت، الشيك الإلكتروني، النقود الالكترونية ،...الخ).

- سهولة إجراء التحويلات المالية داخل البلد وخارجه.

- يوفر درجة من الأمان من خلال الأنظمة والبرمجيات التي تعيق تسرب المعلومات.

- الحصول على الخدمة المصرفية في أي وقت و من أي مكان تتوفر به خدمة الأنترنيت .

ب/ انخفاض تكلفة المعاملات التي يقوم بها العملاء وهذا يرجع أساسا إلى التكلفة الثابتة المتدنية للأنترنيت مقارنة مع تكلفة الثابتة للوكالات ،و الجدول التالي يبين لنا ذلك :

جدول رقم 8: تكاليف خلق وكالة جديدة

خلق وكالة	2 إلى 1,5 مليون أرو
خلق وكالة في مركز تجاري	250 ألف أرو
خلق موقع Web بنكي	50 ألف أرو

Source: Horizon bancaire, L'émergence des services financiers on-line; n° 309, Mai 2001, P : 31

من خلال الجدول يتضح لنا أن تكلفة إنشاء موقع بنكي على الإنترنيت يكون أقل بكثير من تكلفة فتح وكالة مع ملاحق تسيره خاصة إذا كانت في مركز تجاري .

وعلى الرغم من أن تسيير الموقع يتطلب تكلفة استثمارية إضافية مقارنة بالوكالات، إلا أن زيادة نشاطات الزبائن على الأنترنيت وتنوع المنتجات المعروضة يساعد على توليد أرباح للبنك تغطي هذه التكاليف.

3- مواقع تقديم الخدمات المصرفية على شبكة الأنترنيت :

يمكن التمييز بين ثلاث مواقع لعرض الخدمات المصرفية عبر الأنترنيت هي[2] :

3-1- الموقع المعلوماتي (Informationnel) : ويعتبر المستوى الأول أو الحد الأدنى من النشاط الإلكتروني المصرفي ومن خلاله يقدم البنك معلومات حول برنامجه، منتجاته وخدماته المختلفة، كما نجد فيه معلومات إرشادية لكيفية الحصول على الخدمة عبر الإنترنيت فهو يعتبر كواجهة لتسويق

---

[1] ALI ELIDRISSI, op cit , P7

[2] - بدون مؤلف، مقال بعنوان البنوك الإلكترونية ، الموقع: http://www.arablaw.org/Download/E-Banking.doc

الخدمات المصرفية، لهذا هناك من يطلق عليه الموقع الأمامي للبنك نظرا لقدرته العالية في التعريف بالخدمات المصرفية المتاحة وكذا جذبه للعملاء، لذلك نجد المصارف تستثمر أموال طائلة فيه، فمثلا مصرف city group قام بدفع 30 مليون دولار مقابل إظهاره كمصرف مميز على موقع Net carter المدار من قبل Netscape ، كما قام مصرف Bank one corp من خلال الشركة الأم بتوقيع إتفاقية مع شركة Exite Home Line بقيمة 125 مليون دولار[1].

3-2- الموقع التفاعلي أو الإتصالي (Communicative): يسمح هذا الموقع بالتبادل أو إتصال البنك مع عملائه ، من خلال إستعمال البريد الإلكتروني و تعبئة طلبات أو نماذج على الخط، ومن بين الخدمات التي يقدمها البنك عن طريق هذا الموقع ما يلي[2] :

- فحص الحسابات الجارية – أنظر ملحق رقم 2-
- طلب دفتر الشيكات.
- تقديم طلبات من أجل الحصول على قروض.
- الإستفسار عن القروض والودائع المعروضة.
- الإطلاع على حركات جميع الحسابات.
- الإطلاع على ملخص جميع أرصدة حسابات العميل.
- طلب العملات و إحتساب تكلفة تبديل العملات.
- طلب الحصول على بطاقات الإئتمان وكل ما يتعلق بها .

3-3 الموقع التبادلي (Transactionnel) : هذا المستوى يمارس فيه البنك خدماته وأنشطتة في بيئة إلكترونية ، حيث يسمح لزبون بالوصول إلى حساباته وإدارتها كما يسمح له بالحصول على الخدمات التالية [3]:

- التحويلات الداخلية لحسابات العملاء من حساب إلى حساب آخر لنفس العميل أو لعميل آخر .
- التحويلات الخارجية لحسابات العملاء في بنوك أخرى داخلية أو خارجية .
- إنشاء أوامر دفع مجدولة لعملاء البنك أو عملاء بنوك أخرى.
- تسديد قيمة الفواتير وتعبئة البطاقات البنكية المختلفة
- إعطاء أوامر البيع والشراء للأوراق المالية.

---

[1]- الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية ، اللغز في التعامل مع الإنترنيت ، مجلة الدراسات المالية والمصرفية ، المجلد العاشر ، العدد الأول 2002 ، ص9.

[2] - مؤسسة النقد العربي السعودي ، موجز الدليل الإرشادي لأمن الخدمات المصرفية عبر الأنترنيت ، ماي 2001 ، الموقع : http://www.sama-ksa.org/ar/control/procedure/sersecinternet.htm

[3]- بدون مؤلف ، النقود الإلكترونية ، مرجع سابق .

3-4 - متطلبات الحصول على الخدمة المصرفية عبر الأنترنيت : من أجل الحصول على الخدمة المصرفية عبر الإنترنيت يحتاج العميل لعدة عناصر هي [1]:

- جهاز كمبيوتر متصل بشبكة الإنترنيت العالمية.
- متصفح الإنترنيت Microsoft Internet Explorer or Netscape communicator
- إسم المستخدم وكلمة سر للخدمات الشخصية.
- إسم المستخدم وكلمة سر جهاز Token * لخدمات الدفع.

3-5 - الخدمات القاعدية المستعملة من طرف الزبون عن طريق الإنترنيت : يحصل المتعاملين مع البنك على العديد من الخدمات المصرفية باستعمال الأنترنيت، إلا أن درجة الرضى على الخدمة المقدمة من خلاله تختلف من متعامل الى أخر ويمكن تلخيصها في الجدول التالي :

جدول رقم9 : الخدمات المصرفية عبر الإنترنيت ودرجة رضى المتعاملين عنها .

الخدمة	نسبة إستعمالها عن طريق الإنترنيت	نسبة الراضين جدا عن استعمالها	نسبة الراضين عن استعمالها	نسبة غير الراضين عن استعمالها
فحص الحسابات الجارية	%99	%70	%24	%6
التحويل الداخلي (Virement Interne)	%96	%70	%23	%7
التحويل الخارجي	%86	%47	%28	%25
التعبئة الخارجية للحسابات Téléchargement d'extrants de compte	%85	%47	%34	%18
طلب الشيكات	%83	%50	%34	%16
تحذير العميل عن طريق البريد الإلكتروني	%67	%25	%33	%45
شراء وبيع الأوراق المالية Titres	%65	%30	%44	%26
طلب العملات	%59	%18	%43	%39

المصدر : إعداد الباحثة [2]

من خلال الجدول نلاحظ أن العمليات الجارية هي الأكثر استعمالا عن طريق الإنترنيت (العمليات البسيطة) كفحص الحسابات الجارية بنسبة 99% ونجد نسبة الراضين منهم عن الخدمة المصرفية

---

[1] - بدون مؤلف، ما هي الخدمات المصرفية عبر الإنترنيت ؟ موقع: **http://www.arabbank.ps/inner.asp?item=7&mtitle=1**

* جهاز Token جهاز إلكتروني يقوم بإعطاء رقم سري ينشأ عشوائيا مرة كل دقيقة ومن خلال معادلة تضمن السرية والخصوصية للعمليات المالية الدقيقة التي يجريها العميل

[2] - إعتمادا على النتائج نفس العينة السابقة ص77 ، من الموقع التالي :
Les internautes et leurs banques : Satisfaits des services en ligne, plus sceptique sur l'information : 03/07/2003
site: http://www.journaldunet.com/0307/030704enquetebanque2.shtml

بلغت 94%، كذلك الأمر بالنسبة للإيداع الداخلي الذي بلغ 96% والراضين عنه 93 % والإيداع الخارجي 86% والراضين 75% ، مما يدل على القدرة الكبير للبنوك في التحكم في عرض هذه الخدمات عبر الموقع التفاعلي وتقليصها للمخاطر التي قد يتعرض لها العميل عند طلبه لهذه الخدمة.

أما بالنسبة للخدمات الحديثة (الدخيلة) يكون استعمالها بأقل درجة، مثلا شراء وبيع الأوراق المالية 65% ، طلب العملات 59% وهذا راجع للمخاطر المعلقة بهذه الخدمات والبنوك تعمل جاهدة من أجل التقليل منها، ولكن عموما يمكن القول أن الجدول يظهر نتائج إيجابية على العمليات أو الخدمة المستعملة عبر الإنترنيت وخاصة العمليات الأكثر استعمالا من طرف العملاء وهذا يساعد البنك في جذب عملاءه والحفاظ عليهم وبالتالي الحفاظ على مكانته المصرفية.

3-6 - تقييم المعلومات المعروضة في موقع بنكي (Sit) :

إن الجدول التالي يبين لنا مدى رضى العملاء على الخدمات المصرفية المعروضة في المواقع البنكية على شبكة الإنترنيت[1].

جدول رقم10 : تقييم المعلومات المعروضة في الموقع البنكية :

نوع المعلومات	راضي جدا	راضي	غير راضي	غير راضي نهائيا
على المنتجات البنكية	%9	%42	%19	%30
على الحالة المالية	%5	%28	%25	%42
نصائح التسيير والتوظيف	%4	%30	%24	%42
الملفات الخاصة	%3	%30	%26	%41

Source: journal de Net, Satisfaits des service en ligne plus sceptique sur l'infromation4/6/2003,sit

http://www.journaldunet.com/0307/030704enquetabanque2.shtml

لو نظرنا الىالمنتجات البنكية المعروضة في موقع البنك لوجد أن نسبة الراضين أكبر من غير الراضين، أما إذا أخذنا موقع الحصول على المعلومات المالية، نصائح التسيير والتوظيف والملفات الخاصة بالعميل فإن نسبة غير الراضين أكبر من الراضين بكثير وهذا يرجع إلى المخاطر المختلفة التي تتعرض لها الخدمات المصرفية المعروضة أو التي يمكن الحصول عليها عبر شبكة الإنترنيت و البنوك تعمل كل ما بوسعها من أجل تقليص هذه المخاطر إلى الحد الأدنى والحصول على رضى عملائها وبالتالي زيادة الحصة السوقية وتحقيق إستقرار البنك .

المطلب 3 : مخاطر الخدمات المصرفية عبر الإنترنيت

[1] - نتائج تحصلنا عليها من نفس العينة السابقة لصبر الآراء، ص77

إن تطوير الخدمات المصرفية عن طريق الإنترنيت يساهم بشكل كبير في تحسين كفـاءة أدائهـا وتخفيض تكاليف الحصول عليها –كما سبق وأن رأينا -وبالتالي فالإنترنيت يحقق فوائد عظيمة بالنسبة للبنك، لكن لا يخفى علينا في ذات الوقت بأن تلك الميزات التي يفيد بها الإنترنيت البنوك والمتعـاملين معها تنطوي على مخاطر عديدة ويجب أخذها بعين الإعتبار ومحاولة الموازنة بينها وبـين المكاسـب التي يحققها استخدامه في البنك وكذا محاولة العمل على التقليل منها إلى الحد الأدنى.

1- مخاطر العمل المصرفي عبر الإنترنيت :

إن استخدام شبكة الإنترنيت يتضمن العديد من المخاطر التي يجب على البنك أخذها بعين الاعتبار فـي في سياسته الخاصة بإدارة المخاطر، ومن بين هذه المخاطر ما يلي [1]:

1-1 - إختلاف المخاطر طبقا لمستوى الخدمة :

يمكن تقسيم هذه المخاطر حسب مواقع تقديم الخدمات المصرفية على شبكة الإنترنيـت التـي رأيناهـا سابقا والمتمثلة فيما يلي :

1-1-1- مخاطر الموقع المعلوماتي :

وهذا النوع من المواقع مخاطره قليلة تتمثل أساسا في تدمير وإتلاف المعلومات الأساسية الخاصة بـه (موقع سهل التدمير).

1-1-2- مخاطر الموقع التفاعلي (تبادل المعلومات) :

ومن المخاطر الشائعة في هذا الموقع إمكانية الإطلاع على حسابات الغير بسهولة، من خلال تـوفر خدمة الإتصال المباشر للعملاء مع الشبكة الداخلية للبنوك (معرفـة الأرقـام السـرية لـدخول الـى الحسابات) .

1-1-3- مخاطرالموقع التبادلي (خدمة إنشاء وتبادل معاملات) :

مخاطر هذا الموقع تصنف ضمن المخاطر الكبيرة التي تؤثر على ملائة البنك لذا يجب الـتحكم فيهـا بوضع أنظمة وبرامج أمينة، وتتمثل أساسا في إمكانية إجراء تحويلات من حساب الى أخـر كتعبئـة البطاقات المصرفية، تسديد فواتير الخدمات العامة،...إلخ

1-2- مخاطر أخرى :

إن المدمرين * يعملون على تحدي الأنظمة الأمنية للمواقع وبالتالي العبـث بهـا وبالمعلومـات التـي تحتوي عليها من خلال جهاز الخادم الذي يشغله النظام، بالإضافة إلى أن جهاز العميل هو كذلك

---

[1]- مؤسسة النقد العربي السعودي ، موجز الدليل الإرشادي أمن الخدمات المصرفية عبر الإنترنيت، مرجع سابق ، ص 1

* مصطلح في لغة الإنترنيت يعبر عن المهاجمين لشبكة الإنترنيت

عرضة لهجمات مباشرة أو غير مباشرة، لذلك نجد البنوك تحتفظ بأنظمتها الحساسة في أماكن مــزودة بنظام أمني لمنع تسرب هذه المعلومات.

2-2-1 - الهجمات الداخلية :

تتمثل أساسا في إختراق الأنظمة الأمنية من قبل شخص داخل الهيئة أو المنظمة البنكية ذاتهــا والــذي من المحتمل أن يكون شخص مخول بالدخول إلى عناصر النظام سواء بمعدات أو أجهزة أو بــرامج. وتعتبر الإختراقات الداخلية أكثر القضايا خطورة لهذا لا يجب أن يحصل نفس الشخص وفي نفس الوقت على صلاحية الدخول إلى الأنظمة التي تشغل فعليا والأنظمة الإحتياطية معا [1] . وخصوصا ملفات البيانات والتسهيلات التي يتيحها هذا الحاسوب وكذا أنظمة التشغيل.

2-2-2 - الشفرات و الرموز غير الأخلاقية (الفيروسات) :

من الممكن أن تتسرب الفيروسات في البرامج والحواسب المتصلة بالإنترنيت مباشرة فتسبب في إتلاف البرامج والأنظمة، ومن خصائصها توزيع البرامج والملفات وتقديمها للمستهلك النهائي[2].

2-2-3 - رفض الخدمة :

من المهم جدا توفير الخدمة المصرفية على مدار 24سا/24سا وكل أيام الأسبوع لهذا فعلى المســؤول عن الموقع العمل على حماية الموقع من الغير مخولين بالدخول الذين قد يتسببون في حجز الخدمة عن العملاء، بالإضافة إلى خطرتوقف النظام نتيجة خلل وعطل في الطاقة الكهربائية والكوارث الطبيعيــة فعلى البنك إيجاد حلول منطقية وفعالة للحد من هذه المخاطر.

2-2-4 - حجب الخدمة أو التأثير سلبا عليها :

وهنا يؤدي العابثين دور المستخدم الأصلي (تقمص الشخصية) وهذا بإستخدام عدة طرق كالتلاعب في الربط بين إسم الموقع ورقمه أو الربط الوهمي بموقع غير رسمي، وبالتالي فطالب الخدمة المصــرفية الأصلي لا يعرف بأنه متصل بشبكة وهمية وأنه يتعرض لعملية نصب و إحتيال، وهذا يتسبب إتلافات كبيرة لدى مزودي الخدمات الفورية والمباشرة.

2-2-5 - عدم الإكترات بالأنظمة الأمنية :

ينتج عن عدم الإكترات بالأنظمة الأمنية بشكل مناسب وملائم إنهيار كامل البيانات والأنظمة المتعلقــة بها.

---

[1] - Jean Luc Pothet, Pascal Blanqué et Danielle Blanqué , Banque et nouvelle technologies ; Horizon bancaire, N° 316 fevrier 2003, P34. http://www.credit-agricole.fr/ca/kiosque-eco/horizons-bancaires/--n0316/HB316-extraits.pdf

[2] - مؤسسة النقد العربي السعودي ، موجز الدليل الإرشادي لأمن الخدمات المصرفية عير الإنترنيت، مرجع سابق، ص 3

2- التحكم في المخاطر الناشئة عن التعامل بالأنترنيت :

يمكن التحكم في المخاطر الناتجة عن صيرفة الأنترنيت من خلال العناصر التالية [1]:

2-1 - سرية البيانات :

إن المصارف تبذل جهد كبير في الحفاظ على المعلومات المتعلقة بالزبائن وبكل المسائل المرتبطة بحساباتهم المصرفية، وهذا لأن سرية المعلومات من أهم الدعائم التي يقوم عليها العمل المصرفي. والهدف من ذلك هو كسب ثقة العملاء وتحقيق ولائهم الدائم للبنك.

يتم تحقيق سرية المعلومات من خلال استعمال البنك للوغرتميات التشفيرية طبقا للمواصفات والمعايير الدولية، بالإضافة إلى العناصر التالية[2] :

- العمل على تكثيف المراقبة المهنية والإدارية.
- تدريب الموظف المختص تدريبا عاليا ومستمر .

2-2 - أمن شبكة العمل :

ويتم ذلك بتجهيزها بمعدات أمنية وبرامج خاصة لحمايتها من التلاعب، حيث وضعت شركة Visa ، Mastercard وMicrosoft أحكام وشروط للتعامل من أجل ضمان المعاملات الالكترونية من خلال نظام أمن المعاملات الآلية (SET)، لكن لم يتم قبول هذا الأخير بشكل عام مما أدى الى ظهور نظام أمن أخر يعرف بخط نقاط التحميل (SST)والذي يعتمد على أمن خط الإتصال باستخدام آلية الخط المشفر والتي تعمل على تأمين المعاملات من العابثين بالأجهزة ومعدات العميل، وهذا من خلال ربطها ببرامج الإنترنيت في النظام المركزي.

وفي الإصدارات الحالية ل(SST) بعض المطابقات ثم توفيرها مستندا على شهادات رقمية ومن المحتمل أن تكون الأفضل لتحقيق أمن المعاملات عبر الإنترنيت.

2-3 - حماية العميل :

إن أكثر الطرق صرامة في ضمان المعاملات الالكترونية باستخدام الإنترنيت طريقة تحديد هوية المستخدم ورمزه السري وهنا يستخدم البنك مقاييس لمعرفة الشخص الأصلي منها:

-تحديد عدد الحركات غير الصحيحة .

- تسجيل عدد المحاولات للدخول غير الناجحة والطرق التي اتبعت في ذلك.

أما الهجمات الناجحة فهناك العديد من الطرق لإيقافها من بينها :

تحذير المستخدمين من محاولات الهجوم وهذا بإبلاغهم بوقت وتاريخ الحركات الناجحة وعدد

---

[1]- مؤسسة النقد العربي السعودي ، مرجع سابق ، ص 4

[2]- جاسر سنوسي ، الجرائم الإلكترونية ، نشرة التجارة والتنمية ، الموقع :

http://www.newsofcd.com/page.asp?page=257

محاولات الحركات غير الناجحة وتفاصيل آخرى خاصة بالمعاملات التي قام بها المستخدم للأنترنيت للحصول على الخدمة المصرفية وخاصة الخدمات الإلكترونية .

المبحث الثاني : الخدمات الإلكترونية (الصيرفة الإلكترونية)

شهدت الصناعة المصرفية في الآونة الأخيرة تقدما ملموسا في مجال السماح لعمــلاء البنــوك بإجراء عمليات مصرفية من خلال شبكات الإتصال الإلكترونية، ومن المتوقع أن تنتشر هذه العمليــات بشكل واسع في الفترة المقبلة، خاصة أمام التوسع الكبير الذي شــهدته شــبكة الأنترنيــت والتجــارة الإلكترونية والذي دفع بالبنوك إلى السير في إتجاه التوسع في تقديم خدمات مصرفية إلكترونية متنوعة وسنحاول في هذا المبحث التعرف على بعض المفاهيم العامة للصيرفة الإلكترونية، وسنعرض مختلف الخدمات الإلكترونية التي تقدمها البنوك والمخاطر الناشئة عنها.

المطلب 1 : مفاهيم عامة حول الصيرفة الإلكترونية.

سنحاول في هذا المطلب التعرف على مفهوم الصيرفة الالكترونية، أهدافها، المزايا التي يحققهــا التعامل في ظل الصيرفة الإلكترونية وبعض الاستراتيجيات المتبعة في تقديمها .

1- تعريف العمل المصرفي الإلكتروني :

يعرف على أنه يضم كل العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو التــرويج لهــا بواســطة الوسائل الإلكترونية أو الضوئية (مثل الهاتف، الحاسوب، الصراف الآلي، الأنترنيت ...إلخ) وكــذلك العمليات التي يجريها مصدرو بطاقات الوفاء أو الدفع أو الإئتمان الإلكترونية على أنواعهــا وأيضــا المؤسسات التي تستخدم التحويلات النقدية الإلكترونية ،مواقع العرض ،الشراء والبيــع وتقــديم ســائر الخدمات الإلكترونية للأدوات المالية المختلفة، مراكز التسوية و المقاسة العائدة إليها[1].

- وهناك من يعرفها على أنها الخدمات المصرفية التقليدية أو المبتكرة التي تقدمها البنوك مــن خــلال شبكة إتصال إلكترونية تقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقا لشروط العضوية التــي تحددها البنوك، وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة لإتصال العملاء بها[2] .

2- أهداف الصيرفة الالكترونية:

الغرض من الصيرفة الالكترونية هو تحقيق الأهداف التالية: .

- إيجاد آلية لتوفير المعلومات للعملاء خارج البنك وخارج نطاق العمل الرسمية، وذلك من خلال

---

[1]- جاسر سنوسي ، مفهوم العمل المصرفي الإلكتروني، بنك التجارة والتنمية ، العدد 29 ، تاريخ الإطلاع 2004/01/05 ، الموقع : http://www.newsofcd.com/list_all.asp

[2]- بدون مؤلف ، الضوابط و الرقابة للعمليات المصرفية الالكترونية وإصدار وسائل دفع لنقود الكترونية ص1، الموقع: http://www.e-dar.com/law/law_18.htm أو http://www.cbe.org.eg/public/Regulations%20of%20The%20Electronic%20Banking%20Operations.doc

تكنولوجيا الحاسب الآلي و شبكة الإنترنيت.

- توفير تقنيات متعددة تناسب كل فئات العملاء والزبائن كإستخدام الحاسب الآلي ، الهاتف، التلفزة الرقمية وشبكة الإنترنيت

- تسهيل عملية الدفع من خلال الوسائل الإلكترونية المختلفة والمتمثلة أساسا في الدفع بالبطاقات المصرفية، الشيكات الالكترونية والنقود الإلكترونية.

- تحقيق راحة المتعاملين من خلال تقريب الخدمة إليهم (الخدمات المنزلية).

- التصدي للمنافسة الشرسة الناتجة عن التطورات العالمية خاصة بعد اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المصرفية والمالية -كما سبق أن رأينا-و انتشار الاقتصاد الرقمي .

2- المزايا التي تحققها الصيرفة الإلكترونية :

تحقق الصيرفة الإلكترونية العديد من المزايا نذكر منها :[1]

- تقديم خدمات مصرفية جديدة.

- زيادة الحصة السوقية للبنك من خلال تعدد قنوات بلوغ الخدمة المصرفية الإلكترونية.

- خفض تكاليف التشغيل بالبنوك (الخدمات الإلكترونية تقوم على التعاقد الإلكتروني ولا وجود للمستندات الورقية المكلفة) .

- زيادة كفاءة أداء الخدمات المصرفية.

- تقديم خدمات عبر الحدود ولا تعرف قيود جغرافية ، بالإضافة إلى عدم وجود إتصال مباشر بين أطراف الخدمة المصرفية.

3- إستراتيجيات المتبعة في تقديم الخدمات الإلكترونية :

هناك العديد من الإستراتيجيات التي اتبعتها البنوك لأجل تقديم الخدمات الإلكترونية نذكر منها ما يلي :

- نشر التوعية بالخدمات المصرفية الإلكترونية من خلال عقد ندوات للموظفين و إستغلال الإعلام لشرح الأنظمة الإلكترونية المختلفة للجمهور.

- خلق أنظمة وقوانين تناسب توجهات الخدمات المصرفية الإلكترونية.

- تشجيع وتقديم حوافز لمستخدمي الخدمات المصرفية الإلكترونية، وذلك من خلال تخفيض مبلغ الغرامات، مكافأة المستخدمين بعد إنهاء عدد معين من المعاملات ومنح المستخدمين رسائل شكر وتشجيع للإستمرار في طلب الخدمة الإلكترونية .

- التحقق من توافر الوسائل الكافية لدى البنوك للإدارة المخاطرالناتجة عن العمليات الالكترونية.

---

[1]- بدون مؤلف ، الضوابط و الرقابة للعمليات المصرفية الالكترونية وإصدار وسائل دفع لنقود الالكترونية ، مرجع سابق ، ص1

- تطبيق ضوابط الرقابية اللازمة لحصول البنوك على ترخيص من البنك المركزي لتقديم هذه الخدمات .

المطلب 2 : أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية :

إن استيعاب الثورة التكنولوجية والإلكترونية في تقديم الخدمات المصرفية و تنويعها أمر حيوي وأساسي لزيادة إمكانيات البنك التنافسية ومسايرة متطلبات الصناعات المصرفية الحديثة – وخاصة الإلكترونية منها- وكذا تلبية الإحتياجات المتطورة للعملاء والزبائن، هذا ما دفع البنوك لتوسيع في إتاحة الخدمات الإلكترونية المختلفة لعملائها، خاصة وأن أهمية هذه الأخيرة تزداد مع تزايد الحاجة إلى الخدمات السريعة والفعالة.

وقبل التطرق إلى عرض مختلف أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية ، سنحاول عرض النظام الذي يتم من خلاله تقديم هذه الخدمة والذي يعرف في الدوائر المصرفية بإسم نظام التحويل الإلكتروني للأموال Electronic Funds Transfers (E.F.T) حيث أنه يحقق البساطة والفعالية في تقديم الخدمات المصرفية ويوفر الكثير من الوقت والجهد ، أضف إلى كل ذلك أنه يحقق الأمان للعميل ويتيح لهم الحصول على الخدمات التي يحتاجها في أي وقت ومن أي مكان :

1- مكونات نظام التحويل الإلكتروني :

يتكون هذا النظام من أربع عناصر هي [1] :

1-1- الأجهزة الطرفية Terminals:

تختص هذه الأجهزة بإرسال واستقبال المعلومات وتعرف بإسم : DATA Communicating Terminals، حيث أنها تعمل من خلال تخزين المعلومات التي يراد نقلها للكمبيوتر على شريط ممغنط أو على أسطوانة لينة Floppy Disc ، بمعنى أنها تعمل Off line*وهذا النظام يحتوي على العديد من المخاطر ، الأمر الذي دفعهم إلى البحث عن طريقة أفضل ،وتم ذلك من خلال إختراع الميكرو كمبيوتر (Micro Computers) الذي أدى إلى تحويل الطرفيات من أداة لنقل المعلومات والرسائل إلى أجهزة كمبيوتر أصبحت تعرف بالطرفيات الذكية وتحتوي على ميكرو كمبيوتر يستطيع إرسال المعلومات بشكل مباشر إلى الكمبيوتر المركزي بمعنى أنها تعمل On-Line **

1-2- أجهزة الكمبيوتر Computers :

تمر خلالها الرسائل والمعلومات وتنقسم هذه الأجهزة إلى ثلاث مجموعات.

---

[1] - د/ مدحت صادق ، أدوات وتقنيات مصرفية ، مرجع سابق ، ص 296.
* غير متصلة بالحاسب المركزي للبنك
* * متصلة بالحاسب المركزي الخاص بالبنك

1-2-1 - كمبيوتر رئيسي Main Frame Computer :

وهو الأكبر حجما في البنوك . و تحتاج مراكز معالجة البيانات في البنوك إلى العديد من هذه الأجهزة.

1-2-2 - الكمبيوتر الثانوي (الصغير) :

هو جهاز متوسط الحجم يتوسط كل من الكمبيوتر الرئيسي و الميكروكمبيوتر ويقوم بنفس مهمة أو خدمة الكمبيوتر الرئيسي بمعنى معالجة البيانات إلا أنه ذو سيعة محدودة.

1-2-3 - الميكروكمبيوتر أو الحاسب الآلي المجهري :

هو جهاز صغير سهل الحمل من مكان إلى آخر يستخدم في العمليات الصغيرة ، مراقبة المخزون و إعداد رواتب العاملين ... إلخ.

1-3- خطوط أو شبكة الإتصالات : **Telecommunication lines**

الخطوط تعمل على ربط الطرفيات بأجهزة الكمبيوتر.

1-4- برامج الكمبيوتر (Soft ware) :

وهي عبارة عن أنظمة وبرامج تعمل على تشغيل أجهزة الكمبيوتر وتقوم بإعدادها شركات مختصة في إعداد البرامج، وهي تمكن العميل عند استخدامها من مباشرة كل المعاملات المصرفية الإلكترونية من خلال أجهزة الكمبيوتر الشخصي (PC) .

2- أنواع الخدمات الإلكترونية :

سوف نتطرق إلى مختلف الخدمات الإلكترونية التي تعرضها البنوك الأمريكية ، الأوربية ، اليابانية وبعض الدول العربية.

2-1 - أجهزة الصراف الآلي :

تعتبر أجهزة صرف العملة النقدية (Cash Dispensing Units)[1] من أول الأدوات التي ساعدت على تقديم خدمات للعملاء بعيدة عن نوافذ المصرف من خلال سحبه كل ما يحتاج من عملة نقدية – دون التوجه للمصارف -، ولقد تم تطوير هذا الجهاز المبسط إلى ما يعرف الآن باسم الصراف الآلي والذي يمثل أحد جوانب التحويل الإلكتروني للأموال.

- إن استعمال هذا الجهاز أصبح على نطاق واسع خاصة في الدول الصناعية وبعض الدول النامية حيث نجده إما داخل البنك أو خارجه في الأماكن العمومية خاصة التي يجتمع فيها الناس ويكون العميل بحاجة فيها إلى خدمات الصراف الآلي كصالات السفر ، المطارات ، المحلات الكبرى ، المجمعات التجارية ... إلخ.

---

[1] المقصود بها GAB /DAB الذي سبق و أن رأيناها

- ولقد أتاحت هذه الأجهزة للعملاء الحصول على الخدمة المصرفية 24/24سا وطول أيــام الأســبوع وبتكلفة أقل ، وكذا إمكانية الحصول على الأموال من أي مكان المهم أن يكون البنك المودعــة عنــده الأموال مشارك في إحدى شبكات ربط أجهزة الصراف الآلي ببعضها البعض (Shared ATM, Net Works) مثل Cirrus ، Plus ، Mac ... إلخ[1].

1-1-2 - شروط الحصول على خدمات الصراف الآلي :

من أجل حصول العميل على خدمات جهاز الصراف الآلي فإنه عليه أن يتقــدم بطلــب إلــى البنــك المتعامل معه لكي يزوده ببطاقة خصم لإستخدامها في الجهاز مع الحصول على رقم تعريف شخصــي وهو رقم سري خاص بالعميل وحده .

يتم استخدام أجهزة الصراف الآلي بعمولة تختلف من بنك إلى آخر ، كما أنه هناك بنوك تحــدد عــدد الخدمات المصرفية المجانية التي تتم عبر الأجهزة الموجودة لديه ويتقاضى عمولة عما يزيد عن ذلك . أما البعض الآخر فهو يسمح للعميل القيام بعدد غير محدد من المعاملات من خلال الأجهزة التابعة لــه ولفروعها (تكون كلها مجانية) لكن إذا قام العميل باستخدام شبكة أخرى غير مملوكة للبنك فإن أغلــب البنوك تأخذ على هذه الخدمات عمولة تتراوح ما بين 50 سنتا و2 دولار [2] .

2-1-2- الخدمات المصرفية التي يقدمها الصراف الآلي :

يمكن جهاز الصراف الآلي من الحصول على الخدمات المصرفية التالية:

- التعرف و الإستفسار عن رصيد حسابك.
- معرفة أخر العمليات التي قام بها العميل .
- الإيداع النقدي.
- معرفة حركة الحسابات في الفترات السابقة و الحصول على كشف للحسابات.
- طلب دفتر الشيكات (تتحصل عليه من الفرع الذي يتم التعامل معه).
- إجراء تحويلات نقدية بين الحسابات سواء كان ذلك بين حسابات نفس العميل كإجراء تحويلات من حساب جاري إلى حساب توفير أو إجراء تحويل من حساب العميل إلى حساب عميل آخرفــي نفــس البنك أو خارجه .
- السحب النقدي من الحسابات المشتركة في البطاقات.
- تسديد فواتيرالمختلفة للخدمات العامة (غاز ، كهرباء ، هاتف ، ... إلخ).
- إيقاف صرف الشيكات.

---

[1]- د/مدحت صادق ، أدوات وتقنيات مصرفية ، مرجع سابق ص 298.
[2]- د/ مدحت صادق ، مرجع سابق، ص 300.

- إيداع رسائل خاصة من العميل إلى البنك .

- شراء بعض الأدوات المالية مثل شهادات الإيداع .

وهناك بعض الأجهزة الحديثة التي تستطيع قراءة المبالغ المدونة على الشيكات وصرفها.

- كما أن البنوك استطاعت من خلال أجهزة الصراف الآلي تسير لعملائها كرجال الأعمال و السياح الموجودين خارج بلدهم من إجراء المدفوعات والمسحوبات بعملات مختلفة وتتم العملية كما يلي :

يدخل الشخص بطاقته في جهاز الصراف الآلي ثم يسجل المبلغ الراغب في سحبه وهنا نميز حالتين :

أ/ إذا كانت البطاقة المستخدمة للسحب صادرة من بنك محلي يستخدم الشبكة الوطنية لتعرف على البنك مصدر البطاقة وبعدها تحول المبلغ للعميل مباشرة.

ب/ إذا كانت البطاقة المستخدمة للسحب ليست صادرة من بنك محلي وبالتالي هنا يستعمل الشبكات العالمية لتحويل المبلغ للعميل، ولتوضيح هذه الحالة أكثر نأخذ مثال :

نعتبر السائح من نيويورك في فرنسا أراد الحصول على الأرو، هنا يمرر بطاقته التي أصدرتها إحدى البنوك الأمريكية في جهاز الصراف الآلي ATM* للبنك الفرنسي ويسجل الرقم الشخصي السري والمبلغ المراد الحصول عليه.

- بعدها يتبين في الحاسب الآلي للبنك الصراف (الفرنسي) أن البطاقة المستخدمة ليست صادرة منه ، لذا فإنه يحول طلب السحب في شكل رسالة إلكترونية إلى نظام CIRRUS في بلجيكا والذي يكشف أن البطاقة المستخدمة ليست أوروبية، وهنا يقوم هذا الأخير بتحويل الرسالة الإلكترونية إلى مركز التحويل العالمي (Global switching Center) في ديترويت Detroit بالولايات المتحدة الأمريكية، وفي هذا المركز يتم التعرف على البنك مصدر البطاقة في نيويورك ويقوم بتحويل طلب السحب إليه فيخصم المبلغ من حسابه بالدولار + عمولة الخدمة، بعدها يتم إخطار مركز التحويل العالمي CIRRUS وهذا الأخير ينقل الرسالة الإلكترونية إلى البنك الفرنسي بإعطائه المقابل بالأرو من خلال جهاز الصراف الآلي الذي استخدمه، وتتم هذه العملية كلها في حوالي 16 ثانية فقط [1].

من خلال ما سبق يمكن القول أن أجهزة الصراف الآلي تقدم للعميل العديد من الخدمات التي لم تكن متاحة من قبل كما أنها توفر له الراحة والوقت والجهد.

2-2 - نظام الإيداع المباشر :

يعمل هذا النظام على إيداع المبالغ التي يتحصل عليها العميل كالأجور، الرواتب، التأمين الإجتماعي المعاش ، شيكات المعونة الحكومية، أرباح الأسهم وغيرها من المدفوعات بصورة مباشرة

---

* ATM هو نوع من أنواع الصراف الآلي وهو الأكثر انتشارا في مختلف أنحاء العالم

[1]- د/ مدحت صادق ، أدوات وتقنيات مصرفية ، مرجع سابق ، ص 299.

ودورية متكررة لدى البنك الذي يتعامل معه (بشكل آلي).

ومن أجل استفادة العميل من هذه الخدمة الإلكترونية الجديدة عليه أن يفوض الجهة التي تقوم بتحويل المبالغ آليا لحسابه، وهذا من خلال الإتفاق مقدما مع الجهة التي يعمل لديها أو لديها مدفوعاته الشهرية على تحويل المبلغ الذي يتقاضاه إلى حسابه بالبنك عن طريق نظام الإيداع المباشر، وهكذا يحصل العميل على مستحقاته بدون جهد أو عناء وفي الوقت المناسب – دون تأخير – .

إذا كان الحساب المودع فيه الأموال يحتسب فائدة فإن العميل يستفيد من الفوائد فور استلام المبلغ المحول عن طريق الإيداع المباشر، كما أن هذه الطريقة في إيداع الأموال تحقق فائدة للبنك من خلال ضمان مرور أموال المودعين عبر الشبكة البنكية مما يؤدي إلى زيادة حجم الودائع، كما أنه يقلص تكلفة تحصيل شيكات موظفي البنك، وهذا بإيداع مقدار ما يستحقه كل عامل من عمال البنك في حسابه مباشرة.[1]

2-3- السحب الآلي المباشر (المدفوعات الإلكترونية) :

هو طريقة جيدة، سهلة ومحكمة في إجراء المدفوعات المتكررة كما أنها توفر الوقت والجهد والنفقة للبنك والعميل، ويتم تعريف أسلوب الدفع الإلكتروني في الإطار المصرفي بالخصم المصرح به مقدما (Pre-authorized Dedits)، ويفيد في سداد المدفوعات التي على العميل تلقائيا في مواعيدها المحددة من خلال إرسال الفواتير عبر البريد الإلكتروني[2]، ويتم خصمها من حسابه مباشرة دون اللجوء إلى تحرير شيكات، مما يقلل الجهد والتكلفة، كما أن إستخدام هذا الأسلوب يجنب تسداد الغرمات المالية الناتجة على تأخر العميل على تسديد ما عليه من مستحقات مالية في تاريخ إستحقاقها، ومن بين المدفوعات المتكررة التي يستعمل فيها هذا النظام ما يلي:

-سداد أقساط التأمين.
- الرهن العقاري
- فواتير الهيئات العامة
- مستحقات الضرائب
- الرواتب سداد متطلبات بطاقة الإئتمان
- سداد القروض و سداد فوائد الأوراق المالية ...إلخ.

ويتم تطبيق أسلوب الدفع الإلكتروني بتفويض من العميل للبنك الذي يتعامل معه مقدما بإجراء هذه المدفوعات الدورية وحسب التعليمات الصادرة إليه.

---

[1]- د/ مدحت صادق ،مرجع سابق، ص304

[2]- د/أحمد عبد الخالق ، البنوك والتجارة الإلكترونية ، جديد أعمال المصارف من الوجهتين القانونية و الإقتصادية ، الجزء الثاني ، مرجع سابق ، ص 512 .

2-4- خدمة سداد الفواتير بالهاتف : Pay by phone (pbp)

عملت البنوك الأمريكية على تطبيق هذه الخدمة في سداد الفواتير المختلفة حيث أنها طورتها من مجرد خدمة يدوية إلى خدمة إلكترونية وتعتبر شكلا من أشكال الخدمات المصرفية المنزلية، ومن بين المزايا التي تحققها[1] :

- لا تتطلب استخدام معدات خاصة أو أجهزة كمبيوتر شخصي.
- لا يترتب عليها أي عبء مالي إضافي.
- استخدام هذه الأسلوب يقلل في التكلفة بالمقارنة مع استعمال الشيكات .
- متوفر لدى البنوك الأمريكية لمدة 24 ساعة وعلى مدار أيام الأسبوع .
- للحصول على هذه الخدمة يطلب العميل من البنك تزويده برقم شفري للجهة التي تتلقى المدفوعات وكذا رقم الحساب ورقم سري، فإذا أراد العميل سداد فاتورة ما فإنه يتصل بالبنك ثم يضغط على أزرار الهاتف برقم حسابه ثم الرقم السري ثم يدخل الرقم الشفري للمدفوع إليه وقيمة المبلغ المراد سداده.

ومن أجل جذب معاملات العملاء والوقوف في وجه المؤسسات المالية المنافسة التي أصبحت تزود عملائها بأجهزة ذات شاشات تستخدم لأغراض مختلفة، عمل سيتي بنك على عرض خدمة هاتفية أطلق عليه إسم Enhanced ، حيث أنه يحتوي على شاشة صغيرة تستوعب حوالي 40 خط معلومات ومن خلاله يستطيع العميل الحصول على خدمات مختلفة كمعرفة معلومات عن حسابه، القيام بتحويلات مالية بين مختلف الحسابات، شراء شهادات الإيداع، تسديد الفواتير إلكترونيا ... إلخ ونتيجة للخدمات المتنوعة التي يقدمها أصبح يتوقع أنه يصبح نموذجا منزليا مصغر لجهاز الصراف الآلي – فيما عدا إمكانية الحصول على نقد عن طريقه- ، كما أن البنك يتقاضى عمولة شهرية على هذا الجهاز الخاصة تتراوح ما بين 10$ إلى 20$ شهريا[2] .

- لأجل تحقيق الراحة للمتعاملين قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية الجزائري في إطار تحقيق سياسته المتمثلة في الخدمة المشخصة، بتوفير خدمة الإقتطاع المباشر هذا العام لفاتورة الغاز، الكهرباء الماء[3] .

---

[1]- Frazer Patrick ;plastic and electronic money ;wood head, Faulkner;Cambridge;1995.p113

[2]- د/ مدحت صادق ، أدوات وتقنيات مصرفية ، مرجع سابق ، ص 306

[3] -Ahmed. M. La BADR tient la moitie de ses promesses sitt http://www.itmag-dz.com/article.php3?id_article=139.

2-5 - التحويل الإلكتروني للمدفوعات الدولية :

من المعروف أن البنوك تقدم لعملائها خدمة التحويلات الخارجية، حيث يعطي العميل تعليمة لبنكه بتحويل نقدي خارجي International Money Transfer (I.MT) لصالح عميل في الخارج *

كان هذا التحويل يتم باستخدام البريد، تلغراف و التليكس مع تضمن الرسالة لشفرة سرية محفوظة لدى البنكيين لضمان سلامة التحويل ونتيجة لكون هذه الأخيرة مكلفة وبطيئة و حرص البنوك على مواكبة التطورات العالمية في مجال الإتصالات وتماشيا مع التطور المتسارع في تقديم الخدمات المصرفية عملت البنوك على إدخال نظام جديد في التحويل النقدي الدولي يعرف بشبكة سويفت Swift [1] من أجل تحقيق السرعة المطلوبة للتحويلات النقدية الدولية.

وتستخدم لتوفير هذه الخدمة أحدث التقنيات في مجال الإتصالات بعيدة المدى وكذا أجهزة الكمبيوتر الموجودة في البنوك المشاركة في هذا النظام والمرتبطة بخطوط إتصال مستأجرة (leased Lines)

2-5-1- طريقة عمل شبكة Swift :

إذا أراد أحد المصارف المشاركة في النظام بإرسال رسالة مالية أو غير مالية فإنه يقوم أولا بتجهيز الرسالة الإلكترونية على نماذج خاصة معنونة بإسم المصرف المرسلة إليه، ثم يقوم بإرسالها على مراكز swift في بلجيكا وهناك يتسلمها جهاز الحاسوب الرئيسي ويعيد إرسالها فورا إلى المرسلة إليه ليقوم بتنفيذ ماجاء في الرسالة الإلكترونية ويتم ذلك خلال ثواني قليلة[2] ، ولتحقيق المزيد من الأمان في استعمال Swift ومنعا لأي إساءة ثم استعمال مفاتيح سرية خاصة بالشبكة وغير مرئية لا تمر الرسالة عبره إلا إذا اجتازت هذه المفاتيح بصورة صحيحة[3].

- يمكن القول بأن نظام سويفت ليس نظام للمدفوعات في حد ذاته أي أنه لا يقوم بالتسويات المالية بين حسابات البنوك ومراسليها، وإنما تقتصر مهمته على نقل التعليمات من بنك إلى آخر بسرعة فائقة.

2-5-2- مزايا استعمال نظام سويفت :

ومن المزايا التي يحققها استعمال هذا النظام ما يلي [4]:

---

* وتتم العملية بخصم قيمة المبلغ من حساب في البنك بالعملة المحلية وإضافتها لحساب العميل في الخارج بعملة بلده ويتحمل العميل معطي الأمر مصاريف التحويل

[1]- كلمة "SWIFT" اختصار لإسم الشبكة Society for Worldwide Inter bank financial Telecommunicationتأسست في ماي 1977 ، تمتلك أسهما المصارف والمؤسسات المالية العالمية الأعضاء فيها وعدد أعضاءها حوالي 4000 بنك ، يقع مركزها في بروكسل وتخضع للقانون البلجيكي وتتبادل أكثر من 2 مليون رسالة يوميا وتغطي هذه الشبكة أكثر من 110 دولة في العالم وتعمل على مدار 24 ساعة وهدفها تأمين الإتصالات بين الأعضاء بطريقة سرية ودقيقة وموثقة بشكل مأمون ، ، لمزيد من المعلومات أنظر :
بدون مؤلف – ماذا تعرف عن نظام سويفت ، نشرة التجارة والتنمية ، العدد 1 ، 2003/12/14 ، الموقع : http://www.newsofcd.com/page.asp?page=91.

[2]- بدون مؤلف، سويفت بوابة جذب المستثمرين ،العدد126، 2003 ،الموقع:
http://ik.ahram.org.eg/IK/ahram/2003/6/16/INVB1.HTM

[3]- أحمد مصطفى ناصف، التجارة الإلكترونية في تنشيط الصادرات المصرية ندوة لأكادمية السادات للعلوم الإدارية مركز المعلومات والأبحاث ، 1998/11/29. ص 14

[4] - مدحت صادق ، أدوات وتقنيات مصرفية ، مرجع سابق ، ص

- تشفير الرسائل بواسطة البنك المرسل وفك رموز التشفير بواسطة البنك المحول إليه، مما يضمن صحة التحويل وسلامته ويقلل من فرص التزوير.

- تقديم خدمة سريعة وتخفيض نسبة الأخطاء وعدم وضوح التعليمات.

- تقليص تكلفة إرسال المراسلات مقارنة مع الوسائل الأخرى.

- خدمات نظام سويفت متاحة لمدة 24/24 ساعة وعلى مدار أيام الأسبوع.

2-5-3- الخدمات المصرفية التي تقدمها شبكة Swift :

توفر شبكة سويفت العديد من الخدمات أهمها ما يلي :

- تحويل الرسائل الالكترونية الخاصة بمدفوعات العملاء.
- تبليغ الإعتمادات المستندية الصادرة والواردة وخدمة الضمانات.
- شراء وبيع العملات الأجنبية واستثمار الودائع.
- اتفاقيات السعر الأجل.
- عمليات مبادلة أسعار الفائدة.
- التحويلات التي تتم بين المؤسسات المالية.

2-5-4- أنظمة التحويل الإلكتروني المطبقة في الجزائر :

أغلب البنوك الجزائرية تعمل بنظام سويفت لتحويل الرسائل الإلكترونية الخاصة بالمعاملات الخارجية، حيث عمل البنك الخارجي الجزائري، القرض الشعبي الجزائري وبنك البركة على إدخاله في تسوية معاملاته الخارجية، كما عمل بنك البدر منذ سنة 2000 في إطار مخطط إعادة التأهيل ليتكيف مع المقاييس العالمية على إدخاله، وخاصة أنه يملك أكبر عدد من خطوط القرض الدولية بالجزائر، بالإضافة الى إستخدامه نظام سويف فهو يستعمل نظام سيرات الذي تم إنشاء في جانفي 2004 من طرف تقنيين جزائريين وبفضل هذا النظام أصبحت حوسبة وسائل الدفع شيء بديهي في بنك BADR حيث يسمح بتحصيل الصك في مدة 48 ساعة[1] .

2-5-5- الإعتمادات المستندية الإلكترونية :

---

[1]- أخبار البدر ، بنك الفلاحة والتنمية الريفية نحو المستقبل ، العدد 39 ، 2004 ، ص6

*وتتم المعاملات الورقية المتعلقة بالاعتماد المستندي الالكتروني كما يلي: يقوم المستورد بإرسال طلب اعتماد مستندي وذلك بواسطة الفاكس أو الحاسب الإلكتروني، فإن قبل البنك مصدر الإعتماد طلبه فإنه يقوم بإرسال رسالة معادة بالوسيلة نفسها ويرسل نص الإعتماد الإلكتروني إلى المستفيد، وقبل إنتهاء صلاحية الإعتماد يرسل المستفيد إلكتروني الفواتير اللازمة والمتعلقة بعملية الشحن، كما يطلب من الأطراف المشاركة في الإعتماد إرسال رسالة إلكترونية بالمستندات للبنك مصدر الإعتماد مع تحمل كل طرف المسؤولية عن المستندات المرسلة، ثم يقوم البنك مصدر الإعتماد بإرسال الرسالة إلكترونية الواردة إليه للبنك المبلغ ويقوم هذا الأخير بفحص الرسائل المرسلة في شكل ورقي للتأكد من مطابقتها الإعتماد الإلكتروني، أما إن وجد خلاف فيقوم بإخطار المستفيد بذلك وإن كانت مطابقة لشروط الإعتماد يتم الدفع إلكترونيا للمستفيد .

إن ظهور نظام التبادل الإلكتروني للبيانات أدى بالبنوك إلى تحويل تعاملاتها من استخدام المستندات الورقية إلى استعمال المستندية الإلكترونية، وتعتبر الإعتمادات المستندية من أهم الخدمات التي طورتها البنوك بإستعمال شبكة التحويل الإلكتروني للأموال، حيث أصبحت من خلاله تتم كل المعاملات الورقية المتعلقة بالإعتماد المستندي الإلكترونيا * .

إن تم الإتفاق بين المستفيد وطالب فتح الاعتماد بعد مراقبة الرسائل الإلكترونية فإنه يتم الدفع إلكترونيا لحساب المستفيد وإجراء القيد المعاكس إلكترونيا على حساب طالب فتح الإعتماد.

على الرغم من أن نظام تحويل الأموال إلكترونيا عمل على حل العديد من المشاكل إلا أنه يبقى مشكل وصول البضائع قبل بوليصة الشحن الخاص بها (وهذا نتيجة للتطور السريع الذي تشهده وسائل النقل)، وما ينتج عن ذلك من لجوء المشتري إلى البنك للحصول على خطاب ضمان لتقديمه للناقل وهذا يؤدي إلى تعطيل الضمان الذي يقدم للمشتري، لذلك ظهر العديد من الأنظمة التي تحل هذا المشكل من خلال إيجاد رسائل إلكترونية لتبادل المستندات، ولقد عملت البنوك على اعتمادها منها مشروع CMI * والذي يهدف إلى إيجاد قواعد لبوليصة الشخص الإلكترونية وتعتبر طريقة لإثبات ملكية البضائع بالوسائط الإلكترونية، لكن من عيوب هذا النظام أنه يستطيع المحتالين الحصول على الرقم السري الخاص ببوليصة الشحن لإستلام البضائع، الأمر الذي دفع البنكيين إلى البحث عن طريقة أخرى تمثلت في نظام بوليرو Bolero[1] ، وما يميز هذا النظام عن غيره هو أسلوب تعامله مع الشحن حيث تم إستبدال بوليصة الشحن الورقية ببوليصة إلكترونية (BBL) Bolero Bill Of lading) ولقد تم استخدام هذا النظام في المصارف ابتداءا من عام 1999.

- كما أنه توجد هناك بنوك عملت على إدخال نظام جلوبال تريد Global Trade في تقديم خدمة خطابات الإعتماد، وهذا النظام يختلف عن الأنظمة الأخرى في عدم وجود مصرف مبلغ للإعتماد ضمن سلسلة الإتصال، حيث يتم التبليغ عن الخطاب مباشرة إلى المستفيد عن طريق مركز مقاصة الوثائق نيابة عن المصرف المصدر، ويمكن للمستفيد القيام بإجراء الترتيبات الإلكترونية وتقديم الوثائق الإلكترونية إلى مركز مقاصة الوثائق ليجري فحصها وهذا النظام يحاول تجنب بوليصة الشحن والوثيقة المطلوبة لنقل هي كشف الشحن البحري الإلكتروني الذي يتضمن تنازل الشاحن عن هذا الحق[2].

* - Comite Maritime International (CMI) (الإتحاد الدولي لجمعيات القانون البحري الدولي 1990) الذي يهدف لإيجاد قواعد لبوليصة الشخص.

[1] - يعتبر نظام بوليرو Bolero أحد مبادرات Swift ونظام المراسلات الإلكترونية TTclub المؤمن على النقل الموحد.لمزيد من المعلومات أنظر: الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية ، مستجدات التكنولوجيا والتجارة الإلكترونية ، مجلة الدراسات المالية والمصرفية ، المجلد العاشر العدد الأول ، 2002 ، ص6.

[2] - الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية ، مرجع سابق ص 6.

- إن إعتماد البنوك الأنظمة الحديثة في تقديم خدمة الإعتمادات المستندية أمر يحقق لها سرعة الآداء والفعالية وبتكلفة منخفضة، ومن المتوقع أن التعامل بالإعتماد المستندي الإلكتروني سيشهد انتشارا واسعا على المستوى العالمي كلما ازداد الوعي حول الأسلوب السريع لنقل المستندات وكذا كلما ظهر تنظيم قانوني يعالج المشاكل التي تترتب على تبني هذا الأسلوب الحديث في العمل الإلكتروني، وهذا ما عملت عليه غرفة التجارة الإلكترونية حيث أن رغبتها في تسهيل التعاملات قبلت تنفيذ العقود بأي وسيلة كانت ميكانيكيةأو إلكترونية* .

على الرغم من الإيجابيات التي تحققها الخدمات الإلكترونية لكل من البنك والعميل إلا أنها محفوفة بالعديد من المخاطر، والبنوك تعمل كل ما بوسعها من أجل التقليل منها .

المطلب 3 : مخاطر الخدمات الإلكترونية :

يصاحب تقديم العمليات المصرفية الإلكترونية مخاطر متنوعة لهذا ينبغي على البنوك وضع سياسات وإجراءات تتيح لها إدارتها، وذلك من خلال تقيمها ، الرقابة عليها ومتابعتها ولقد أصدرت لجنة بازل خلال مارس 1998 و ماي 2001 مبادئ لإدارة هذه المخاطر.

1- أنواع المخاطرالمرتبطة بالخدمات الإلكترونية :

يمكن تقسيم المخاطر المرتبطة بالخدمات الإلكترونية إلى ما يلي [1]:

1-1 - مخاطر التشغيل: Operation risk

تنشأ هذه المخاطر نتيجة لعدم وضع التأمين الكافي للنظام أو عدم ملائمة تصميم النظم أو إنجاز العمل أو أعمال الصيانة بالإضافة إلى إساءة الإستخدام من قبل العملاء.

1-1-1- عدم وجود التأمين الكافي للنظم :

تنشئ أساس عند إمكانية إختراق غير المرخص لهم لنظم حسابات البنك بهدف التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء واستغلالها سواء تم ذلك من خارج البنك أو من العاملين به، وهذا ما يستدعي توفير إجراءات وطرق كافية لكشف الإختراقات وإعاقتها.

1-1-2 - عدم ملائمة تصميم النظم وإنجاز العمل أو أعمال الصيانة :

تنشئ أساسا من إخفاق النظم – بمعنى عدم كفائتها كأن تكون بطيئة مثلا – لمواجهة متطلبات المستخدمين، وكذا تنتج عن عدم السرعة في حل مشاكل الصيانة للنظم وخاصة إذا كانت هذه الأخيرة تتطلب مصادر من خارج البنك لتقديم الدعم الفني للبنية التحتية.

---

* مع أن الغرفة التجارية الدولية رقم 600 لعام 1994 الخاص بالإعتماد المستندي لم تتضمن نصا للمستندات الإليكترونية إلا أن المادة 20/ب بينت أن المستندات الصادرة عن وسائل تقنية حديثة كالكمبيوتر تعتبر مستندات أصلية مقبولة (ما لم ينص الاعتماد على خلاف ذلك وذلك شريطة أن يؤشر عليها أنها أصلية).

[1]- بدون مؤلف، الضوابط و الرقابة للعمليات المصرفية الالكترونية وإصدار وسائل دفع لنقود الالكترونية ، مرجع سابق، ص7

1-1-3- إساءة العملاء لإستخدام النظام :

وينتج هذا الخطر نتيجة عدم إحاطة العملاء بإجراءات التأمين الوقائية ، وكذا نتيجة سماحهم لعناصر إجرامية بالدخول إلى حسابات عملاء آخرين أو القيام بعملية غسيل للأموال بإستخدام معلوماتهم الشخصية، بالإضافة إلى استعمال أحد العملاء رقم بطاقته في برنامج غير محمي قد يسمح للغير بالحصول على معلومات وافية عن حسابه[1].

1-2- مخاطر السمعة Reputational risk :

ينشئ هذا النوع من المخاطر نتيجة لعدم مقدرة البنك على إدارة نظمه بكفاءة أو نتيجة حدوث إختــراق أثر فيه، وهذا يؤدي إلى إنتشار رأي سلبي على البنك ويمتد حتى البنوك الأخرى وتنتج عنــه خســارة كبيرة في الزبائن مما يودي إلى إنخفاض المردودية وبالتالي تنخفض القيمة السوقية لأسهم البنك وهــذا يهدد أستقراره.

1-3 - المخاطر القانونية Legal risk :

تقع هذه المخاطر في حالة انتهاك القوانين والقواعد المقررة، خاصة تلك التي تحمي البنك مــن خطــر غسيل الأموال، كما أنها تقع نتيجة عدم التحديد الواضح للحقوق والالتزامات القانونيــة الناتجــة عــن العمليات المصرفية الإلكترونية، وكذلك قد تحدث نتيجة عدم المعرفة القانونية لبعض الاتفاقات المبرمــة بإستخدام وسائل الوساطة الإلكترونية وهي تتعلق غالبا بالتوقيع الإلكتروني أو عدم صحة بعض البنود أو عدم قابليتها للتنفيذ.

1-4 - المخاطر الأخرى :

يرتبط أداء العمليات المصرفية الإلكترونية أيضا بالمخاطر الخاصــة بالعمليــات التقليديــة، كمخــاطر الإئتمان السيولة، سعر الفائدة، مخاطر السوق، مخاطر العمليات المصرفية الدولية وتبديل العملة .

فمثلا : استخدام البنوك للقنوات الإلكترونية المتعددة في تقديم الخدمات كالإتصال بــالعملاء ومــنحهم إئتمان – وخاصة عملاء عبر الحدود- قد يزيد من احتمالات إخفاق بعض العملاء في سداد إلتزاماتهم.

2- مبادئ إدارة المخاطرالمرتبطة بالعمليات الإلكترونية :

على البنك أن يعمل كل ما بوسعه من أجل إدارة المخاطر من خلال التقيــيم المســتمر لهــا والرقابــة والمتابعة المستمرة.

2-1 - تقييم المخاطر Assessing risk:

تقييم المخاطر عبارة عن إجراءات مستمرة يتضمن ثلاث مراحل[2]:

---

[1]- د/ موسى خليل متري ، القواعد القانونية الناظمة للصيرفة الإلكترونية ، ، الجديد أعمال المصارف من الوجهتين القانونية و الإقتصادية ، الجزء الأول، مرجع سابق، ص 244

[2]- د/ موسى خليل متري ، مرجع سابق، ص 271

أ/ تحديد مختلف المخاطر التي يتعرض لها البنك ، ومدى تأثيرها عليه.

ب/ وضع حدود قصوى لما يمكن للبنك تحمله من خسائر نتيجة التعامل مع هذه المخاطر.

ج/ مقارنة الخطر الذي يحدث مع إحتمال تضخمه ومدى تواتره في ذات الوقت مع غيره من المخاطر.

2-2 - الرقابة على التعرض للمخاطر Controlling Risk Exposures :

تشمل هذه الرقابة مجموعة من المجالات نذكر منها ما يلي :

1-2-2 - تنفيذ سياسات وإجراءات التأمين :

وتستهدف هذه السياسة العديد من العناصر منها :

- تحديد شخصية المتعامل مع النظم المختلفة.
- ضمان عدم إجراء تعديلات على رسائل العملاء أثناء إنتقالها عبر القنوات المختلفة لتقديم الخدمات الإلكترونية.
- ضمان الحفاظ على سرية المعاملات المختلفة للعملاء والزبائن.
- ضمان عدم إنكار مرسل الرسالة الإلكترونية لها.

وتراعي البنوك في هذا المجال إتباع سياسات وإجراءات تحقق تأمين الإتصالات من وإلى النظم المختلفة للحد من الإختراق غير المرخص وكذا من إساءة استخدامها، بالإضافة إلى الرقابة على دخولها وتحديد شخصية المستخدمين وكذا محاولة البنك حماية النظم من إحتمالات القيام بممارسات غير مرخص بها من قبل المتعاملين السابقين والمحتملين .

أما بالنسبة لإصدار وسائل دفع و المتمثلة في النقود الإلكترونية - سنعرفها لاحقا - فإنه يتخذ إجراءات إضافية كالإتصال المباشر مع مصدر البطاقات أو المشغل المركزي للحماية من التزييف.

- متابعة العمليات الفردية.
- الإحتفاظ بقاعدة بيانات مركزية لتتبع عمليات غسيل الأموال.
- توافر شروط الأمان في البطاقات الذكية أو غيرها.

2-2-2 - تدعيم الإتصالات بين المستويات المختلفة في البنك :

على البنك أن يعمل كل ما بوسعه من أجل تدعيم الإتصالات ما بين مجلس الإدارة ، والإدارة العليا وبين العاملين بشأن سلامة أداء النظم وتوفير التدريب المستمر للعاملين بالبنك.

3-2-2 - إستمرار تقديم وتطوير الخدمات :

ينبغي على المصارف أن تزيد من إنتاجيتها وتقدم خدمات أفضل للعملاء وتحافظ على علاقتها مع عملائها الحاليين والمحتملين وتعيد توجيه إستراتيجياتها لكي تتمكن من منافسة الأعداد الكبيرة من

المؤسسات المالية الجديدة التي أصبحت تقدم خدمات مصرفية.

2-2-4 - وضع ضوابط للحد من المخاطر:

من الضروري وضع ضوابط للحد من المخاطر التي تنشئ في حالة الإعتماد على مصـــادر خارجيـــة لتقديم الدعم الفني للبنك وتشمل ما يلي :

أ/ متابعة الأداء المالي والتشغيلي لمقدمي الدعم الفني.

ب/ التأكد من توافر إتفاقيات تعاقدية مع مقدمي الدعم الفني وتحدد إلتزامات الأطراف تفصيليا.

ج/ التأكد من مقدرة مقدمي الدعم الفني على توفير التأمين الكامل في حالـــة تعـــرفهم علـــى بيانـــات حساسة تخص البنك، وهذا بمراجعة سياساتهم وإجراءاتهم في هذا المجال.

2-2-5- إحاطة العملاء بمختلف أنظمة العمليات المصرفية الإلكترونية وكيفية استخدامها :

من المهم جدا إرشاد وتثقيف العملاء بشكل مستمر عن الخدمات المصرفية الجديـــدة وعـــن إجـــراءات كيفية حل الأخطاء، وذلك من خلال نشر المصرف للمعلومات على موقعه في شبكة المعلومات (Web site) أو بأي طريقة أخرى.

2-2-6 - إعداد خطط الطوارئ :

من المهم أن يقوم البنك بإعداد خطط بديلة في حالة إخفاق النظم عن أداء الخدمات وذلك فيما يتعلق بما يلي :

أ/ إعادة البيانات إلى الوضع الذي كانت عليه قبل الإخفاق (إستعادة المعلومات المفقودة وإصلاح ما تلف).

ب/ توفير قدرات بديلة لتشغيل البيانات.

ج/ توفير عاملين لمواجهة الظروف الطارئة.

د/ إختبار نظم التشغيل البديلة بصفة دورية للتأكد من فاعليتها.

ه/توافر التأمين اللازم في حالة تنفيذ خطط الطوارئ وكذا توافر تعليمات لإستخدامها لدى مقدم الـــدعم الفني.

و/ إبرام عقود بديلة مع مقدمي الدعم الفني الآخرين في حالة إخفاء المقدمين الأساسيين.

2-3 - متابعة المخاطر Monitoring Risk :

من أهم طرق المتابعة إختيار النظم وإجراء المعالجة الداخلية والخارجية ما يلي [1]:

2-3-1- إجراء إختبارات دورية للنظم :

إن الفحص الدوري للعمليات المصرفية يساعد في إظهار العمليات غير الطبيعية في وقتها ، ومن بين

---

[1]- د/ موسى خليل متري ، مرجع سابق ، ص 276.

هذه الإختبارات ما يلي :

أ/ إجراء إختبار إمكان الإختراق الذي يهدف إلى تحديد وعزل وتعزيز تدفق البيانات.

ب/إجراء مراجعة دورية من خلال نظم التأكد من فعالية إجراءات التأمين والوقوف على مدى تكاملها مع سياسات وإجراءات التأمين المقررة.

2-3-2- إجراءات المراجعة الداخلية والخارجية :

- تساعد المراجعة الداخلية والخارجية في تتبع الثغرات وحالات عدم الكفاءة وتخفيض حجم المخاطر بهدف التأكد من وجود سياسات متطورة وإلتزام البنك بها.

2-3-3 - تدقيق الحسابات Auditing:

تتم من طرف خبراء عاملين بالمصرف أو من شركات تدقيق حسابات مستقلة عنه، ويساعد تدقيق الحسابات في وضع ميكانيكية لبيان الأخطاء وللتقليل قدر الإمكان من مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية[1].

المبحث الثالث : وسائل ونظم الدفع الإلكتروني (أدوات الدفع الإلكترونية)

ما يلاحظ على الأوضاع الحالية لآليات الدفع الموجودة خاصة في الدول الصناعية وبعض الدول العربية أنها تعطي للمستهلكين خيارات مختلفة لأجل تسوية العمليات المالية، ونتيجة للتطورات التي عرفتها التجارة الإلكترونية حولت البنوك أغلب أداوت الدفع إلى وسائل دفع إلكترونية منها البطاقات الإئتمانية الإلكترونية، بطاقات الوفاء الإلكترونية وكذلك تحويل الشيك إلى أداة دفع إلكترونية ونتيجة لرغبة البنوك في التطوير والإبتكار للحفاظ على مكانتها المصرفية وتحقيق الراحة والأمان والسرعة للعملاء، وكذلك تفادي مساوئ أدوات الدفع الأخرى ظهرت البطاقات الذكية التي تسمح بإستعمال النقود الإلكترونية والتي ستكون وسيلة منافسة لهذه المجموعة من البدائل ،إذ يرى البعض أنها ستحتل مركزا متقدما كوسيلة إيفاء وهذا يتوقف على مدى قبولها العام وكذا نفقة إستخدامها وهل ستكون أدنى أم أعلى من نفقة الإستخدامات التقليدية ؟.

ونظرا للدور الفعال الذي أصبحت تلعبه النقود الإلكترونية فسوف نركز دراستنا عليها في هذا المبحث كما سنتطرق الى الأنواع المختلفة لأدوات الدفع الإلكترونية وكذا حجم الطلب الخاص بكل أداة .

[1] - بدون مؤلف ، الضوابط و الرقابة للعمليات المصرفية الالكترونية وإصدار وسائل دفع لنقود الالكترونية ، مرجع سابق، ص9

المطلب 1 : الأنواع المختلفة لوسائل الدفع الإلكترونية :

تطورت وسائل الدفع الإلكترونية خاصة بعد إنتشار عمليات التجارة الإلكترونية وتطورها على الصعيد العالمي، وفيما يلي سنعرض أهم تلك الوسائل :

1 - الشيك الإلكتروني Electronic Cheks :

هو المكافئ الإلكتروني للصكوك الورقية التقليدية التي اعتدنا التعامل بها وهو رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الصك إلى مستلم الصك (حامله) ليعتمده ويقدمه للمصرف الذي يعمل عبر الإنترنيت [1]، بمعنى أنها تستخدم لإتمام عمليات السداد الإلكترونية بين الطرفين من خلال وسيط . والشيك الإلكتروني يحتوي على المعلومات التالية :

رقم الشيك، إسم الدافع، رقم حساب الدافع، إسم البنك، اسم المستفيد ،القيمة التي ستدفع، وحدة العملة المستعملة، تاريخ الصلاحية و التوقيع الإلكتروني للدافع[2].

1-1- إجراءات إستخدام الشيك الإلكتروني :

تتم إجراء استخدام الشيك الإلكتروني عموما كما يلي [3]:

- يشترك كل من المشتري والبائع لدى بنك يقوم بعملية المقاصة – نفس البنك – من خلال فتح حساب جاري لكل منهما أو ربطه مع أي حساب جاري آخر، ثم بعد ذلك يتم تحديد التوقيع الإلكتروني[4] لكل منهما ويتم تسجيله في قاعة البيانات الخاصة بالبنك.

- يتم تحديد السلعة المراد شرائها وكذا تحديد السعر الواجب دفعه للبائع و الإتفاق على أسلوب الدفع.

- يقوم المشتري بتحرير شيك إلكتروني ويقوم بتوقيعه بالتوقيع الإلكتروني المشفر- سنعرفه لاحقا - ثم يقوم بإرسال هذا الشيك بالبريد الإلكتروني المؤمن إلى البائع.

- يستلم البائع الشيك الإلكتروني الموقع عليه من طرف المشتري ويقوم بالتوقيع عليه كمستفيد بتوقيعه الالكتروني المشفر، ثم بعد ذلك يرسله إلى البنك الذي يقوم بعملية المقاصة.

---

[1] - بدون مؤلف، نقود الإنترنيت هل تكون بديل النقد العادي ؟ الموقع :
http://www.itep.co.ae/arabic/

[2]- د/ رأفت رضوان ، عالم التجارة الإلكترونية ، القاهرة ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، 1999 ص 134

[3] - بنك الإسكندرية ، النشرة الإقتصادية ، إدارة البحوث الإقتصادية لبنك الإسكندرية ، المجلد 34 ، 2002 ص 36.

* التوقيع الإلكتروني أو الرقمي هو رقم أو رمز سري ينشئه صاحبه بإستخدام برنامج حاسب آلي ينشأ دالة رقمية مرمزة لرسالة إلكترونية يجري تشفيرها بإحدى خوارزميات المفاتيح ويتطلب إستخدامه إستعمال أنظمة آمنة إلكترونية كنداء العكسي ، مفاتيح الإختبار أو الشفرة التحقق من صحة التوقيع أو برنامج المعاملات الإلكترونية آمنة ، لمزيد من المعلومات أنظر : د/ رضا عبيد ، الآثار القانونية لتحويل المصرفي الإلكترونية ، مرجع سابق ص 324-332.

[4] - التوقيع الإلكتروني أو الرقمي هو رقم أو رمز سري ينشئه صاحبه بإستخدام برنامج حاسب آلي ينشأ دالة رقمية مرمزة لرسالة إلكترونية يجري تشفيرها بإحدى خوارزميات المفاتيح ويتطلب إستخدامه إستعمال أنظمة آمنة إلكترونية كنداء العكسي ، مفاتيح الإختبار أو الشفرة التحقق من صحة التوقيع أو برنامج المعاملات الإلكترونية آمنة ، لمزيد من المعلومات أنظر : د/ رضا عبيد ، الآثار القانونية لتحويل المصرفي الإلكترونية ، مرجع سابق ص 324-332.

- يقوم البنك بمراجعة الشيك والتحقق من صحة الأرصدة والتوقيعات، وبناء على ذلك يخصم القيمة من حساب المشتري و يضيفها إلى حساب البائع، ثم يقوم بإخطار كل منهما بإتمام إجراء المعاملة المالية من خلال إلغاء الصك وإعادته إلكترونيا إلى حامله (المشتري) ليكون دليلا على أنه قد تم صرفه فعلا، ويمكن لمستلم الصك أن يتأكد إلكترونيا من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه[1].

1-2- مزايا الشيك الالكتروني :

يمتاز الشيك الإلكتروني بالعديد من المزايا، يمكن تلخيصها فيما يلي [2]:

- يوفر التعامل بالشيكات الالكترونية حوالي 50 % من رسوم التشغيل بالمقارنة مع بطاقات الائتمان مما يساهم في تخفيض النفقات التي يتحملها المتعاملون بهذه الشيكات، كما أن عملية الدفع بالشيكات الالكترونية منخفضة التكاليف بالمقارنة مع الشيك العادي، حيث أوضحت إحدى الدراسات في الولايات المتحدة الأمريكية أن البنوك تستخدم سنويا أكثر من 500 مليون شيك ورقي وتكلف إجراءات تشغيلها حوالي 79 سنتا للشيك وتتزايد أعداد الشيكات بنسبة 3 % سنويا وأكدت الدراسة أن استخدام الشيكات الالكترونية يمكن أن يخفض التكلفة إلى 25 سنتا[3].

- لا يتم تحميل الشيكات الالكترونية التي تتم عن طريق الانترنت بالرسوم التي يتم تحميلها للشيكات الورقية.

- يتم تسوية المدفوعات من خلال الشيكات الالكترونية في 48 ساعة فقط بالمقارنة بالشيكات العادية التي تتم تسويتها في وقت أطول من خلال غرف المقاصة، والبنوك تعمل جاهدة على تقليص هذه المدة

- يتيح التعامل بالشيكات الالكترونية القضاء على المشاكل التي تواجهها الشيكات العادية التي يتم إرسالها بالبريد مثل الضياع ، التأخر....الخ

بالرغم من المزايا العديدة التي يحققها التعامل بالشيك الالكتروني إلا أن التعاملات به مازالت محدودة وهذا لكونه وسيلة حديثة لم يدرك المتعاملين أهميتها بالإضافة الى التخوف من المخاطر التي تنتج عنه.

2- لبطاقات المصرفية الالكترونية :

سنركز الدراسة على إستخدام البطاقات الإئتمانية عبر الأنترنيت وبطاقة الوفاء الإلكترونية .

2-1- استخدام بطاقة الائتمان عبر الأنترنيت :

باعتبار البطاقات الائتمانية أكثر أدوات الدفع استخداما على المستوى الدولي فالبنوك تعمل دائما على

---

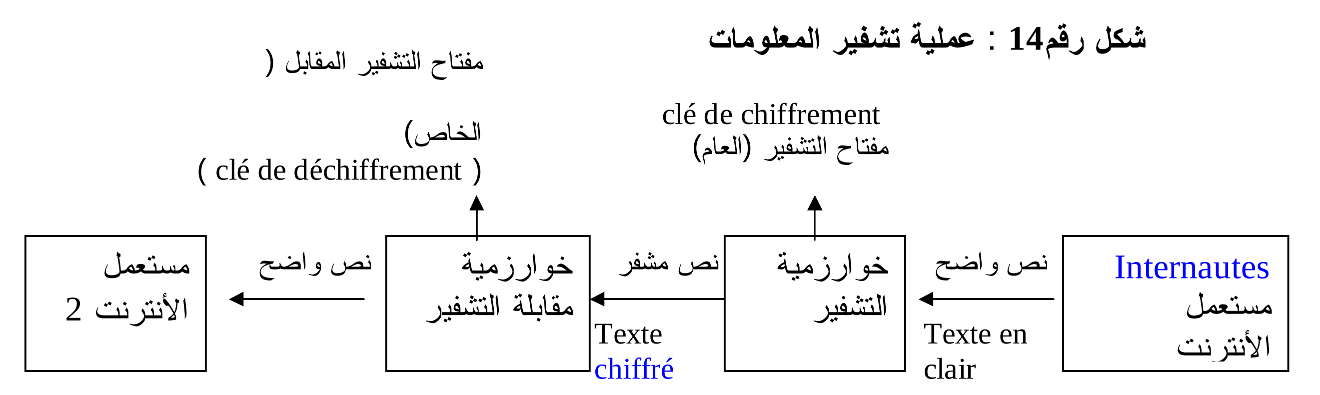
[1]- نقود الإلكترونية هل تكون بديل النقد العادي ؟ مرجع سابق.

[2]- بنك الإسكندرية، النشرة الاقتصادية، مصدرة من إدارة البحوث الاقتصادية، ،مرجع سابق ، ص 37.

[3]- د/ حسن شحادة الحسين، العمليات المصرفية الالكترونية (الصيرفة الالكترونية)، ، الجديد أعمال المصارف من الوجهتين القانونية و الإقتصادية ، الجزء الأول ، مرجع سابق ص 198

جعلها أكثر فعالية وأمانا، فبالإضافة إلى التطورات التي لحقت بها – كما عرفنا في الفصل السابق - أضافت البنوك تطورات جديدة، تمثلت أساسا في إدخال أو تطوير بروتوكول التعاملات الالكترونية الآمنة Secure Electronic Transaction (SET)، الذي يهدف إلى وضع معايير موحدة للأمان[1]، وهذا يعتبر دافعا للانتشار الكبير لها عبر الشبكة الدولية، ويتم التعامل مع هذا البروتوكول من خلال وضع معايير أساسية لتشفير أرقام* البطاقات عند استخدامها عبر الأنترنيت حيث يعتمد على تبادل الشهادات الرقمية الموثقة بتوقيعات إلكترونية فكل من التاجر والمصرف يحوزان شهادة Certificat وكل حامل للبطاقة يحوز أيضا شهادة وفقا لترتيب هرمي معين[2]، وتتم العملية كما يبينها الشكل التالي :

شكل رقم14 : عملية تشفير المعلومات



Source: La sécurité des moyens de paiement sur Internet, P47, sit.
http://www.men.minefi.gouv.fr/webmen/liste/lettre15.htm#l01

من خلال الشكل يتضح لنا أن عملية نقل المعلومات مابين المستخدمين للأنترنيت تتم بطريقة فعالة تضمن بواسطتها سلامة وصول المعلومة وكذا عدم تسربها، إذ أن نظام التشفير المستعمل يمتاز بدرجة عالية من الأمان من خلال مفاتيح التشفير التي تعمل وفق أنظمة محمية من التلاعب وتسرب المعلومات .

-لقد ظهر نظام SET بالتعاون بين شركتين فيزا و ماستركارد وذلك من أجل تحقيق الأمان للمعاملات المالية عبر شبكة الأنترنت باستخدام بطاقة الائتمان، ويمثل عملاؤها أكثر من 800 مليون ولقد انضمت لهذا النظام شركة أمريكان إكسبرس[3].

---

[1]- د/ أحمد جمال الدين موسى : النقود الالكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية، ، الجديد أعمال المصارف من الوجهتين القانونية و الإقتصادية ، الجزء الأول، مرجع سابق ص 126.
* - تشفير الأرقام : تحويل البيانات إلى بيانات غير قابلة للقراءة بحيث أن البيانات المشفرة باستخدام مفتاح واحد لا يمكن فك رموزها إلا بالمفتاح المقابل له، محمد عالم- مرجع سابق ص 298.
[2]- Sitruk .H , Cyber- COMM diffuse sa solution de paiement sécurisé banque magazine, N° 618, Octobre 2000.-.
[3] - د/ حسن شحادة حسين، العمليات المصرفية الالكترونية (الصيرفة الالكترونية)، مرجع سابق، ص 200.

- وما يلاحظ عن استخدام البطاقات الائتمانية في تسوية المشتريات المحلية والدولية عبر الأنترنيت أنها تزداد يوما بعد يوم وهذا ما بينته الدراسات التطبيقية في الاتحاد الأوروبي حيث أن تسديد نحو 75% من مدفوعات الأنترنيت تعتمد على بطاقات الائتمان التي تستخدم خارج الشبكة، خاصة عن طريق الهاتف[1].

2-2- بطاقات الوفاء الالكترونية (Debit card electronic) :

لا تختلف عن بطاقة الوفاء التي عرفتها في الفصل السابق إلا من حيث أنها تسمح لصاحبها القيام بالوفاء الالكتروني[2]، وسحب النقود وايداع الشيكات واجراء العمليات المرتبطة بذلك لدى أجهزة إلكترونية، فهي بطاقة إلكترونية يمكن استخدامها في دفع المستحقات المالية لدى المحلات التجارية محطات البنزين، محطات السكك الحديدية ... إلخ .

- ونتيجة للتطورات التي شهدتها الخدمات المصرفية ورغبة البنوك في تحقيق راحة عملائها وزيادة حصتها السوقية، أصبح من الممكن لبطاقة الخصم الخاصة بجهاز الصراف الآلي أو البطاقات الإئتمانية المختلفة أن تتحول إلى بطاقة الخصم المستخدمة في موقع البيع ويمكن استعمالها في المتاجر التي تقبل التعامل بهذه البطاقات.

2-2-1 - طريقة عملها :

تعمل هذه البطاقة وفق نظام يعرف بنظام تحويل الأموال إلكترونيا في موقع البيع ويطلق عليه اختصارا إسم EFTPOS [3] ، وما يلاحظ على هذا النظام أنه يجمع بين تقنيات البطاقات البلاستيكية وثورة الإلكترونية في تقنية واحدة، ومن أجل العمل به لابد من توافر عدة عناصر:

- وجود جهاز إلكتروني طرفي Electronic Terminal Equipment في محل البائع.
- بطاقة بلاستيكية مشفرة بالحبر الممغنط سواء كانت بطاقات خصم مصرفية أو بطاقات إئتمانية بالإضافة إلى وجود رقم تعريف شخصي PIN يمنح لحامل البطاقة من طرف البنك المصدر لها.
- نظام اتصال آلي يربط بين الجهاز الطرفي الموجود بموقع البيع وأجهزة الكمبيوتر بالبنوك المصدرة للبطاقة والتي تحتفظ بحساب كل من العميل والبائع.
- عند توفر العناصر السابقة ويستطيع العميل تسوية ممشترياته عن طريق نظام الـ EFTPOS من

---

[1]- Bottlek, all editors, electronic payment systems in European countries final rapport, ESTO (European science and technology observatory), 1999.

[2]- الوفاء الالكتروني Paiement électronique : هو الوفاء الحاصل بواسطة البطاقة الممغنطة ذات الركيزة السلبية للمعلومات Carte a priste magnétique أو بواسطة البطاقة ذات الركيزة المسجلة أو المحللة للمعلومات وذلك لدى مخرج الوفاء الالكتروني TPA أو مخرج بيع TV. لمزيد من المعلومات انظر : د/ توفيق شنبور- أدوات الدفع الالكترونية، بطاقة الوفاء- النقود الالكترونية الجديد أعمال المصارف من الوجهتين القانونية و الإقتصادية ، الجزء الأول ، مرجع سابق ص 87.

[3]- Electronic Fund Transfer at Point you Sale وهذا النظام يعتبر أكبر صور لتطوير نظام Swift فهو يجمع بين نضم تحويل الأموال إلكترونيا (EFT) التابعة للمصارف ونقاط البيع التابعة لصناعة التوزيع .
د. أحمد جمال الدين موسى، النقود الالكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية ، مرجع سابق ، ص 124

خلال القيامه بما يلي :

- يمرر بطاقته في جهاز قراءة البطاقات في موقع البيع، ويسجل المبلغ المراد تحويله لحساب البائع.

- ترسل البيانات اللازمة عبر شبكة إتصالات إلكترونية للبنك مصدر البطاقة وصورة أخرى ترسل للبنك الذي يحتفظ البائع بحساب لديه – يكون نفس البنك - .

- إذا قبل بنك المشتري العملية يقوم بإخطار التاجر بذلك.

- يدخل المشتري رقم التعريف الشخصي PIN في سرية تامة على لوحة مفاتيح الخاصة بالجهاز.

بعد إتمام العملية يقوم بنك العميل بإرسال رسالة إلكترونية تفيد قبول العملية ويرسل نسخة من العملية إلى بنك البائع، وهنا يخصم المبلغ من حساب العميل ويضاف لحساب البائع سواء كان في نفس البنك أو في بنك آخر يكون مشارك في شبكة الإتصال الإلكترونية ويتم هذا قبل مغادرة العميل المتجر.

2-2-2 - أهداف نظام EFTPOS

لقد حقق التعامل بهذا النظام الإلكتروني مجموعة من الأهداف أهمها [1]:

- إضافة تقنية جديدة أكثر تطور لوسائل الدفع التقليدية المتمثلة في النقود، الشيكات و تحرير فواتير البيع في حالة استخدام البطاقات الإئتمانية.

- تحقيق السرعة الفائقة في تحويل الأموال من حساب البائع إلى حساب المشتري وما لذلك من فائدة على البائع.

- ترويج بطاقات الخصم التي تصدرها البنوك.

- انخفاض تكاليف سداد المستحقات مقارنة باستخدام الطرق التقليدية في الدفع.

نظرا لما حققته هذه البطاقة من مزايا مختلفة لكل من البنك، التاجر والعميل فمن المتوقع أن تزيد نسبة استخدامها في المستقبل خاصة وأنها سهلة التعامل وتكاليف استخدامها أقل بكثير من تكاليف استخدام الرسائل التقليدية، فمن المعروف أن التحويل الإلكتروني للأموال أقل تكلفة من معالجة الشيكات ويربح الوقت والجهد، ونجد كذلك عند استخدام بطاقة الخصم الخاصة بالبيع حصول العميل على إيصال يحوي كل العمليات المالية التي قام بها وكشف شهري يتضمن المبالغ المخصومة من حسابه وهذه الميزة لا نجدها في وسائل الدفع التقليدية.

-على الرغم من التطورات التي عرفتها البطاقات المصرفية إلا أنها لازالت عرضة للعديد من المخاطر ومن أجل التغلب أو القليل منها اتجه التطور نحو استعمال البطاقات الذكية.

---

[1]- د. أحمد جمال الدين موسى ، مرجع سابق ص125.

3 - البطاقة الذكية : Smart cards ، Carte à puce (البطاقة ذات الشريحة) :

هي بطاقة تحتوي على شريحة إلكترونية micro processor[1] أو معالج دقيق يسمح بتخزين الأمـــوال من خلال البرامج الأمنية وهذه البطاقة تستطيع التعامل مع بقية الكمبيوترات ولا تتطلب تأكيد صلاحية البطاقة من أجل نقل الأموال من المشتري إلى البائع، بالاضافة إلى أنها توفر خصـــائص وإمكانيـــات أعلى مما توفره بطاقات الشريط الممغنط التقليدي، حيث أن نسبة الخطأ فيها تصل إلى 250 لكل مليون معاملة، أما بالنسبة للبطاقة الذكية فنسبة الخطأ فيها إلى100 لكل مليون معاملة [2] والبنوك تعمل جاهدة من أجل تطوير تقنية المعالجات في المستقبل القريب لتخفيض نسبة الخطأ.

- ويمكن إعادة شحن البطاقة الذكية عند أي منفذ إلكتروني مرة أو عدة مرات بنفس الطريقة ويرجـــع الفضل في ذلك للشركة الرائدة hAtardT التي عرضت هذا النظام، ويتم تحميل هـــذه البطاقـــة بقيمـــة معينة من حساب العميل لدى البنك من إحدى خطوطه أو من ATM (الصراف الآلـــي) أو الحاســـب الشخصي الذي يكون مزود بآلة مجهزة لذلك[3].

- تعمل البطاقات الذكية على نظام مفتوح لتحويل الأموال إلكترونيا بمعنـــى أنـــه لا يحتـــاج صـــاحب البطاقة لإثبات هويته من أجل البيع أو الشراء، وهذا لأنه بمجرد تمرير البطاقة على الآلة القارئة يـــتم خصم قيمة المشتريات بطريقة أوتوماتيكية من البطاقة ويتم إيداعها في الأجهزة الإلكترونيـــة الطرفيـــة للبائع ويستطيع البائع نقلها إلى حسابه في البنك عن طريق الوصلات التلفونية أو الرسائل الإلكترونيـــة وهذا في ظرف ثواني معدودة [4].

3-1- فوائد البطاقة الذكية :

للبطاقة الذكية العديد من الفوائد يمكن تلخيصها فيما يلي [5]:

- تستخدم في أغراض ووظائف متعددة كبطاقة ائتمانية، بطاقة وفاء، بطاقة مختزنة القيمـــة وأيضـــا كمستودع للمعلومات الشخصية[6].

- تقلل فرص التحايل والتلاعب من خلال تضمن البطاقة معالجات تســـتطيع أن تتأكـــد مـــن ســـلامة المعاملات من الخداع، وهذا لوجود معالج دقيق في مسجل النقد الالكتروني للبائع يتأكـــد مـــن جـــودة البطاقة الذكية من خلال قراءة التوقيع الرقمي أو الإلكتروني المخزن في معالج البطاقة، ويـــتم تكوينـــه

---

[1]- د/ أحمد جمال الدين موسى، مرجع سابق، ص 127.

[2]- بسام نور، النقد الالكتروني ، القيمة المخزنة وأنظمة بطاقة السحب. 5 يوليو 2002 ، من الموقع: http://www.c4arab.com/showac.php?acid=37

[3] - د/ أحمد عبد الخالق، البنوك والتجارة الالكترونية، الجديد أعمال المصارف من الوجهتين القانونية و الإقتصادية ، جزء الثاني –الجديد في التمويل المصرفي – منشورات حلب ،بيروت 2001 ص 492

[4]- بسام نور،النقد الالكتروني ، القيمة المخزنة وأنظمة بطاقة السحب مرجع سابق.

[5]-Jérôme Baumgarten – Nicolas Descamps DESS Génie Informatique de Lille La carte à puce DESS GI 1999/2000 mars 2000, p 8 , Site : http://tpe.camarades.fre.fr/tpe.pdf

[6]- CAPTE ,The rapport of the consumer Electronic, payments, KASK force, April 1998.

من خلال ما يسمى بالخوارزمية الشفرية cryptographic Algorithm ، وهذا يساعد على تأكد من أن البطاقة أصلية ولم يتم العبث بها أو تحويرها [1] .

- تنقص من التسرب النقدي للأموال*.
- مراقب جيد للائتمان.
- ضمان الدفع عن طريق البنك.
- سرعة المعاملات (سهولة وسرعة الدفع)
- سهولة الحصول عليها وذلك من خلال قنوات المختلفة لعرض الخدمات الخاصة بالبنك ومراكز البيع التجارية .

من خلال كل ما سبق يمكن القول أنه نتيجة للمزايا الفعالة التي تمتاز بها هذه البطاقة فإنه من المتوقع أن تصبح دفتر شيكات المستقبل .

-إن عمل البنوك المستمر لأجل مواكبة التطورات الحاصلة في بروتوكولات أدوات الدفع، فع البنوك إلى إدخال تطورات على لبطاقة الذكية لتمكينها من إستعمال النقد الرقمي وإمكانية إرساله عبر الإنترنيت بمعنى يمكن استخدامها كنظام للنقود الإلكترونية – التي سنعرفها لاحقا- ويتم تخزينها في البطاقة الذكية كما يلي[2] :

- تصدر الجهة المصدرة نقود رقمية عبر جهاز الكمبيوتر الخاص بها.
- تحمل كل نقد إلكتروني رقما تسلسليا و تاريخ إنتهاء الصلاحية، وتكون موقعة عبر المفتاح الخاص بالجهة المصدرة .
- تحول النقود الموقعة إلى البطاقة الذكية للمستخدم عندما يقوم حاملها بتحويل المال إلى حساب الجهة المصدر، وهذا من خلال حسابه بالمصرف أو دفعه نقدا أو عن طريق البطاقة الإئتمانية.
- كذلك يمكن تحويل النقود الرقمية من بطاقة إلى أخرى لأن البطاقة المرسلة تضع توقيعها على الورقة حتى يتمكن المصدر من متابعتها.
- عندما تعود النقود الرقمية إلى المصدر تظهر التوقيعات مسار تداول النقود مما يسمح بضبط عمليات الإحتيال والإنفاق المزدوج Double Spending.
- يمكن تجزئة قيمة النقود وهنا تجمع كلها ويجب أن لا تتعدى القيمة المخزنة في البطاقة الذكية.
-أما آلية عمل النقود الإلكترونية المدمجة في البطاقة الذكية فهي تتم كما يلي :

---

[1] - د/ . أحمد عبد الخالق ، البنوك والتجارة الإلكترونية ، مرجع سابق ص 493.
*الأموال الموجودة خارج الدائرة البنكية .
[2]- د/ توفيق شنبور ، أدوات الدفع الالكتروني ،بطاقة الوفاء –النقود الالكترونية ، مرجع سابق، ص 109

عندما يقوم المستخدم بعملية الشراء عبر الأنترنيت أم في متجر تقليدي يتم حسم قيمة المشتريات مباشرة من قيمة النقود الإلكترونية المخزنة في البطاقة الذكية ، كما أنه يمكن إعادة تحميلها بقيمة مالية أخرى عن طريق إيداع النقود في المصرف أو عن طريق آلية حركة مالية ملائمة.

المطلب 2 : النقود الإلكترونية E-money, monnaie électronique

إن مصطلح النقود الإلكترونية يوفر للمستهلكين خدمات متنوعة في مجال طرق الدفع لتكون بديلا عن الطرق التقليدية والتي تختلف عنها في طبيعة قوتها الشرائية، فالورقة النقدية قوتها الشرائية في الورقة في حد ذاتها أما الإلكترونية فقوتها في code أي التشفيرة الرقمية، وسنحاول في هذا المطلب التعرف على ماهية النقود الإلكترونية، خصائصها، مختلف أنظمة الدفع الإلكتروني * وطبيعتها وهل هي نقود حقيقية أم أدوات دفع غير مباشرة ؟ .

1 - مفهوم النقود الإلكترونية (النقود الرقمية) :

نتيجة لتنوع منتجات النقود الإلكترونية والتطور السريع لها أصبح من الصعب التوصل إلى تعريف شامل لكل نظمها، لذلك حاولنا أن نعرض التعاريف الأكثر تعبيرا عن المعني الحقيقي للنقود الإلكترونية.

1-1- يعرفها الدكتور جمال الدين موسى "على أنها مستودع للقيمة النقدية يحتفظ به على شكل رقمي digital forum بحيث يكون متاحا للتبادل الفوري في المعاملات "[1].

1-2- تعرف كذلك على أنها مجموعة البروتوكولات، والتواقيع الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل محل تبادل العملات التقليدية، بمعنى أن النقود الإلكترونية أو الرقمية هي المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية التي اعتدنا تداولها[2].

1-3- تعرف أيضا على أنها القيمة النقدية لعمله تصدر بشكل إلكتروني من قبل القطاع العام أو القطاع الخاص ويتم تخزينها في جهاز إلكتروني، ويمكن اعتبار هذه النقود أحد أشكال الأدوات المالية الرقمية التي مهمتها إنجاز بعض أو كل وظائف النقد[3].

2 - أشكال النقود الإلكترونية :

الصورتين الأساسيتين للنقود الإلكترونية هما [4]:

---

[1] - د/ أ حمد جمال الدين موسى، النقود الالكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية ، مرجع سابق، ص128.

* تعبير نظم الدفع الإلكتروني أوسع من النقود الإليكترونية ، فالأول يشمل نظم تحويل الأموال كبيرة القيمة بين المصارف وكذا نظم تحويل الأموال محدودة القيمة أما الثاني فيقتصر على المدفوعات المنخفضة القيمة لمزيد من المعلومات انظر الى:

[1] - د/ أ حمد جمال الدين موسى، مرجع سابق ، ص124

[2]- بدون مؤلف ، مقال بعنوان النقود الإلكترونية ،الموقع:. http://www.itep.co.ae/arabic/ .

[3]- د/ توفيق شنبور، أدوات الدفع الالكتروني ،بطاقة الوفاء –النقود الالكترونية ، مرجع سابق، ص 102.

[4]- الهيئة العليا لتطوير مدينة الرياض ، النقود الإلكترونية ، 2003 ، الموقع http://www.arriyadh.com/Economic/LeftBar/Researches/----------------------------------.doc_cvt.asp

2-1- محفظـــــة النقـــود الإلكترونيـــــة : (**P.M.E**) Le porte monnaie électronique (électronique purses) تسمى كذلك ببطاقات مختزنة القيمة (Stored value cards).

وهي بطاقات سابقة الدفع معدة للاستخدام في أغراض متعددة، تحتوي على دائرة إلكترونية (Puce)
يتم استعمالها عن طريق الموزع الآلي أو الآلات الخاصة بها الموجودة عند التجار لشراء مشـــتريات صغيرة كالخبز، الجرائد، ... إلخ.

2-2- محفظة النقود التقديرية : **Le porte-monnaie virtuel** (**P.M.V**)

تسمى كذلك بنقود الشبكة (net money) أو النقود السائلة الرقمية (digital cash) وهي آلية للـــدفع مختزنة القيمة في شكل بطاقات مدفوعة سلفا تستخدم للدفع عبر الأنترنيت، وغيرهـــا مـــن الشـــبكات وكذلك يمكن استخدامها للدفع في نقاط البيع التقليدية (Pointoy sale-POE)

إذن يمكن القول من خلال هذين الشكلين أن النقود الالكترونية تعبر عن مجموعة متنوعة مـــن آليـــات وطرق الدفع المحدودة القيمة تتميز بأنها قد سبق تسديد قيمتها أو تخزينها – في البطاقة الذكية – كمـــا أنه يوجد هناك عدة تقسيمات للنقود الالكترونية وهذا بحسب الزاوية أو الاتجاه الذي ينظر إليها تتمثـــل فيما يلي :[1]

2-3 - من حيث متابعتها والرقابة عليها :

يمكن تقسيمها إلى قسمين.

2-3-1 -نقود إلكترونية قابلة للتعرف عليها : **identifié** (**identified**)

تتميز باحتوائها على معلومات عن الشخص الذي قام بخدمة سحب النقود من المصـــرف فـــي بدايـــة التعامل، ثم الاستمرار في متابعة حركة النقود داخل النظام الالكتروني وحتـــى تـــدميرها فـــي نهايـــة المطاف (كما هو الحال في البطاقات الائتمانية).

2-3-2- نقود إلكترونية غير اسمية (مغلقة الهوية anonymous)

وهي تستخدم تماما كالأوراق النقدية أي لا تترك أثر يدل على هوية من تعامل بها ومن انتقلت منـــه أو إليه.

2-4- من حيث أسلوب التعامل بها :

ونستطيع تقسيمها من حيث أسلوب التعامل بها إلى قسمين : [2]

2-4-1- نقود إلكترونية عن طريق الشبكة On line-e-Money (أنظمة قابلة للمساءلة) :

وهي نقود رقمية يتم في البداية سحبها من مصرف أو مؤسسة مالية أخرى، وتخزن في أداة معدنية

[1]- د/ أحمد جمال الدين موسى، النقود الالكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية، مرجع سابق، ص 122.
[2] - د/ توفيق شنبور – أدوات الدفع الالكترونية، بطاقات الوفاء، النقود الالكترونية مرجع سابق ص 104.

داخلية توضع في جهاز حاسب شخصي وبالضغط على الفأرة أو زر الدخول الخاصة بهـذا الجهـاز ترسل النقود الرقمية عبر الأنترنيت إلى المستفيد وهذا في ظل مجموعة من الإجراءات التي تضـمن الأمان والسرية التامة لهذا المتعامل.

وتتضمن أغلب الأنظمة الموجودة حاليا والتي تستخدم هذا الأسلوب اتصال طرفي التعاقـد إلكترونيـا بالمصدر للتأكد من سلامة النقود المتداولة، وهذا ما يقلص من احتمالات الغش والتزييف[1].

2-4-2- نقود إلكترونية خارج الشبكة : **off line e-money** (أنظمة غير قابلة للمساءلة) :

وهنا يتم التعامل دون الحاجة للاتصال بمصدر البطاقة الالكترونية المخزنة للنقود الالكترونية وتتضمن هذه البطاقة مؤشرا يظهر لصاحبها التغيرات التي تطرأ على قيمتها المخزنة بعد إجـراء كـل تعامـل نقدي، ولها عدد كبير من المشاكل خاصة الأمان ومخاطر الصرف المزدوج.

بالاضافة إلى هذه التقسيمات هناك من يقسمها إلى :

2-5- النقود الالكترونية المرتكزة على أنظمة استخدام القطع الرقمية :

ويتم فيها التبادل من خلال قطعة رقمية إلكترونية لكل واحدة منها قيمة محـددة (token,coin,note) حيث أنها تحتوي على معلومات تشمل رقما تسلسليا وقيمة محددة، وهي موقعة رقميا من قبل المؤسسة المصدرة مما يسمح بالتأكد من صلاحيتها، وهناك من يضيق معلومات أخرى على القطعة الالكترونيـة كنماذج انتهاء الصلاحية والمبادلات السابقة التي تمت[2].

2-6- النقود الالكترونية المرتكزة على أرصدة دفتر الأستاذ : **ledger based systems**

ويتم فيها تسجيل القيمة المخزنة كرصيد في دفتر الأستاذ، يزيد الرصيد أو ينقص بحسب ما يـتم مـن مبادلات، تحويل القيمة من حساب لآخر بحسب التعليمات المتبادلة، بالإضافة إلى مسك دفتـر الأسـتاذ من قبل وحدة إدارة الحسابات التي يتم الاتصال بها لإتمام المبادلات[3].

3- خصائص النقود الالكترونية :

للنقود الإلكترونية العديد من الخصائص يمكن تقسيمها إلى قسمين أساسين[4] :

3-1- خصائص عملية (متعلقة بالاستخدام)

لنقود الإلكترونية العديد من الخصائص المرتبطة باستخدامها يمكن تلخيصها فيما يلي :

- بسيطة وسهلة الاستخدام مقارنة بالوسائل الأخرى، حيث أنها تسهل التعاملات البنكية إلى حد كبيـر فهي تغني عن ملء الاستمارات وإجراء الاستعلامات البنكية عبر الهاتف[5].

---

[1]- د/ أحمد جمال الدين موسى-، النقود الالكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية ، مرجع سابق، ص 123.

[2]- د/ توفيق شنبور ، أدوات الدفع الالكترونية، بطاقات الوفاء، النقود الالكتروني ، مرجع سابق ص 105.

[3] - د/ توفيق شنبور ، مرجع سابق ص 105.

[4]- د/ جمال الدين موسى ، النقود الالكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية ، مرجع سابق ، ص 129.

[5]- كل نظام يقبل بشكل واسع معناه بقاءه واستمراره.

- متكاملة مع الأنظمة الأخرى للمؤسسات كالمحاسبية، الجرد، ... إلخ.

- تحتفظ بالقيمة كمعلومات رقمية مستقلة عن أي حساب مصرفي .

- تسمح بالتحويل عن بعد إلى نوع آخر من الأموال عبر الشبكات العامة كالأنترنيت، شبكات الاتصال اللاسلكية.

- تناسب التعاملات قليلة القيمة micro transactions، وهذا لكون نفقات التبادل تكون عند حدودها الدنيا و لذلك على النفقة أن تكون متناسبة مع قيمة السلعة أو الخدمة محل التبادل وبالتالي لا داعي لفرض نفقة عالية على التعاملات التي لا تتجاوز قيمتها 1 دولار أوعدة دولار[1].

- قابلة للانقسام divisibility وهذا لكونها متاحة بأصغر وحدات النقد الممكنة من أجل تيسير وإجراء المعاملات محدودة القيمة[2].

- التعاملات بها متاحة في كافة الأوقات والظروف تناسبا مع طبيعة الأنترنيت وما يقتضيه من استمرار المبادلات بالرغم من اختلاف التوقيتات من بلد إلى آخر، فلا يمكن في ظل هذا التطور التسامح مع انقطاع أو توقف النظام الذي يتيح إتمام تسويق المدفوعات باستخدام النقود الإلكترونية.

- فعالة من حيث تكلفة المعاملات فتحويل النقود الإلكترونية عبر الأنترنيت أو الشبكات الأخرى أرخص بكثير من استخدام الأنظمة البنكية التقليدية.

- تخفي التعاملات التي تتم بواسطتها .

3-2- خصائص متعلقة باحتياطيات الأمان :

إن عنصر الأمان في استخدام النقود الالكترونية يرتبط بنظام تشفير المعطيات المتعلقة بالتعامل النقدي ورغم التطوير المتواصل في أساليب حماية النقود الالكترونية من خلال استخدام أكثر أساليب التشفير تعقيدا وكفاءة إلا أن الصراع يبقى قائما بين الخبراء الذين يعملون على تأمين التعاملات بالنقود الالكترونية والقراصنة من المحترفين والهواة الذين يعملون على اكتشاف نظام التشفير واختراقه في العبث بحقوق الغير المالية، لتحقيق أكبر قدر من الأمان يتعين توافر عدة خصائص في النقود الالكترونية نذكر منها ما يلي :[3]

- تحقيق الأمان من خلال صعوبة إختراقها من قبل القراصنة.

- السماح بتحقيق كل طرف من أطراف التعامل من حقيقة الطرف الآخر.

---

[1]- بدون مؤلف ،الضوابط و الرقابة للعمليات المصرفية الالكترونية وإصدار وسائل دفع لنقود الالكترونية ، مرجع سابق، ص2

[2]- Plamondon A : Le paiement électronique sur Internet recensement et analyse. Thèse dirigé présenté en vue de l'obtention du grade de maître dès sciences (M.sc.) août 1996. P 6-7
http://www.rambit.qc.ca/plamondon/ecashind.htm

[3]- Lara Srivastava and Robin Mansell Electronic Cash and the Innovation Process: A User Paradigm Electronic Working Papers Series Paper No. 23 Science Policy Research Unit Mantell Building , University of Susse Falmer, Brighton, UK , 1998 , P4., sit :
http://www.sussex.ac.uk/Units/spru/publications/imprint/sewps/sewp23/sewp23.pdf

- امتيازها بالقدرة على العمل المتواصل في كافة الظروف بما يحفظ حقوق المتعاملين بها.
- تحقق الثقة في التعامل بحيث أنها تجعل من غير الممكن للمتعامل بها إنكار قيامه بالدفع بعد إتمامه.

4 - طبيعة النقود الإلكترونية :

سنحاول في هذا العنصر الإجابة عن السؤال التالي :

هل النقود الإلكترونية نقود حقيقية أم أداة دفع غير مباشرة ؟

هناك من يرى أن النقود الإلكترونية تستوفي الوظائف التقليدية الرئيسية للنقود لهـي وسـيط للتبـادل مقياس للقيم ومستودع للقيمة[1] ، أما البعض الآخر يرى عدم اعتبارها نقودا أو شيكات أو قروضا وإنما هي تماثل الشيكات السياحية ومن ثم لا تعتبر أداة نقدية خالصة، لذا فهي لا تتطلب رقابة مباشـرة مـن البنك المركزي[2].

بالإضافة إلى هذين الرأيين هناك أراء أخرى أقل تباينا سنحاول عرضها فيما يلي [3]:

1-4 - الرأي الأول : النقود الإلكترونية صيغة غير مادية للنقود الورقية :

لو رجعنا إلى التطور التاريخي لنقود لوجدنا أنها بدأت من المقاصة إلى العمـلات المعدنيـة ثـم إلـى العملات الورقية واليوم يعتبر استخدام النقود الإلكترونية أكثر صور النقود حداثة، والفرق الجـوهري بين الصور السابقة للنقود والنقود الإلكترونية هو أنها لم تعد تأخذ بالضرورة الشـكل المـادي وإنمـا أصبحت تتمثل في مجرد إنتقال المعلومات بين أطراف التبادل، إذ أن المعلومات عن النقـود أصـبحت أكثر أهمية من النقود في حد ذاتها[4].

وبناءا على ما سبق فإن النقود الإلكترونيـة يمكـن إعتبارهـا الصـيغة غيـر الماديـة (Version dématerialisée) لنقود الورقية[5] ، حيث أن إصدار النقود الإلكترونية يتم بتحويل شكل النقـود مـن الصيغة الورقية إلى الصيغة الإلكترونية إذ يقوم البنك بنقل قيمة النقود التقليدية التي تحصل عليها إلـى بطاقة تكون مشحونة بالنقود الإلكترونية، وبالتالي فإن النقود التي أعطيت لمصدر هـذه الأخيـرة يـتم سحبها من التداول النقدي وبذلك يتم تداول النقود الإلكترونية كبديل عن النقـود الورقيـة أو المعدنيـة غير أن هذا المفهوم للنقود الإلكترونية يطرح لنا مشكل إزدواج في الكتلة النقديـة بمعنـى أن النقـود التقليدية التي تم دفعها لشحن البطاقة بالنقود الإلكترونية تضاف إلـى أصـول البنـك المصـدر ويـتم

---

[1]- د/ أحمد جمال الدين موسى، النظريات والنظم النقدية والمصرفية ، المنصورة ، مكتبة الجلاء الجديدة ، 2000 ، ص152

[2]- Clark (R), The Monster from the Crypt: Impacts and Effects of Digital Money Version of 23 February 1997 P4 , Site : http://www.anu.edu.au/people/Roger.Clarke/EC/CFP97.html ، ou bien www.nnn.edu.au

[3]- SRIVASTAVA(L) and Mansell (R) Electronic cash and the innovation process M a user paradigm, university of Sussex, seru no 23,march 1998 t, P1

[4]- SRIVASTAVA(L) and Mansell (R) op. cit, P1

[5] - د/ أحمد جمال الدين موسى ، النقود الالكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في ادارة السياسة النقدية ، مرجع سابق –ص 136

إستخدامها، والنقود نفسها موجودة في البطاقة ويتم استخدمها من طرف العميل في نفس الوقت (بشكل متزامن) .

2-4 - الرأي الثاني : النقود الإلكترونية أداة تبادل وليس أداة دفع :

قبل التطرق لشرح هذا الرأي لابد من معرفة الفرق الموجود بين أدوات الدفع وأدوات التبادل، حيث نعتبر أداة أنها أداة دفع إذا كان تحقق الدفع النهائي في المرحلة الأولى من الشراء بمعنى بمجرد القيام بالشراء لا تكون هناك مطالبة في المستقبل من الجهة البائعة للمشترية، أما أدوات التبادل فعملية الشراء تتطلب مرحلتين، الأولى تتم فيها عملية التبادل والثانية يتم فيها إجراء الدفع النهائي الذي يتحقق عند حيازة الطرف المستفيد على أصوله النقدية وبدون مخاطر من الجهة المصدرة لأداة التبادل، ومن بينها بطاقات الإئتمان والشيكات .

إذن أدوات التبادل تتطلب دخول طرف ثالث كالمصرف المصدر من أجل إتمام عملية التبادل[1].

- وبناءا على ما تقدم تنظر الإقتصادية ناديا بيفاريتي : (N. PIFFARETTI) على أن الإختلاف الجوهري الموجود بين النقود الإلكترونية والوديعة يمكن في الفرق الموجود بين أدوات الدفع والتبادل وهذا لأن الأولى تتطلب رجوع النقود الإلكترونية إلى المصرف حتى يحصل المستفيد على حقوقه كاملة، والسبب في ذلك يرجع إلى أن الأصول المصدرة من المؤسسات الخاصة تكون أكثر مخاطر من التي تصدرها البنوك المركزية والتجارية، غير أننا إذا نظرنا إلى هذا التصور بطريقة منطقية لوجدنا أن النقود الو رقية في بعض الحالات تتضمن مخاطر وبالتالي لا يمكن إعتبارها أداة دفع [2].

وفي ظل كل ما سبق نستطيع القول أن النقود الإلكترونية تشترى من المصدر بما يعادها من نقود تقليدية، إذن نحن بصدد نقود تشتريها من نقود أخرى وفي نهاية دورة حياتها يستردها مصدرها كمشتري لها من البائعين الذين تم تسديدهم بواسطتها، لذلك على البنوك والمؤسسات التي تصدرها االإحتفاظ بالنقود التقليدية التي تحصلت عليها في بيعها حتى تتمكن فيما بعد من تسديد البائعين وهذا ما يجعل قدرة المصرف والمؤسسات المالية المصدرة لها مقيدة ، معناه في الأخير البنك المركزي هو الذي يتحكم في إصدار كمية النقود الإلكترونية وهذا لكون هذه الأخيرة تأخذ مكان النقود الورقية فقط[3].

---

[1]* هذا الفرق إقتراح بعض الاقتصاديين كـ G. Shackle و C. Goodhart لتوسع أكثر أنظر الى:
د/ أحمد جمال الدين موسى ، النقود الالكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في ادارة السياسة النقدية ، مرجع سابق ، ص137

[2] - ينظر إلى أدوات الدفع على أنها النقود الجيدة التي تصدرها البنوك المركزية وودائع البنوك التجارية أما أدوات التبادل هي التي تصدرها المؤسسات الخاصة ، لتفصيل أكثر أنظر : TI(W), Monnaie électronique, monnaie et intermadiatiation bancaire, thèse université de Fribourg (Souisse) Juillet 2000, P3 ,sit :
http://econwpa.wustl.edu:8089/eps/mac/papers/0004/0004018.pdf

[3] - د/ أحمد جمال الدين موسى ، النقود الالكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في ادارة السياسة النقديةة مرجع سابق ص 139

4-3 - الرأي الثالث : النقود الإلكترونية أداة ائتمان:

يرى بيرت إيلي BELY أن كافة صور النقود هي أشكال إئتمان form of credit التي تستخدم كأداة تبادل، فإذا أخذنا العملة التي تعتبر أداة إئتمان لوجدنا أنها تشكل دينا على الجهة المصدرة لها لهي الحكومة[1]، ومن المعروف أن العملة تستخدم كمخزون للقيمة ووسيط للتبادل .

أما النقود الإلكترونية التي تعتبر الرصيد النقدي الإلكتروني المخزن على البطاقة تعتبر أيضا أداة إئتمان وهذا لأن القيمة الإلكترونية الموجودة في البطاقة تعتبر كدين على البنك ولابد عليه من الإلتزام بالوحدات النقدية والرقمية الإلكترونية المسجلة في البطاقة، كما أنها تستخدم في التبادل وتسهيل إجراء التعاملات المختلفة بطريقة إلكترونية [2].

4-4- الرأي الرابع : النقود الإلكترونية صور إفتراضية لتدفق ثلاثي الأقطاب

يرى أنصار هذا الرأي أن مصدر النقود الإلكترونية لا يملك الأموال المقابلة للنقود الورقية ولكنه يتلقاها كوديعة، في حين نجد أنصار الرأي الثاني يرون أن فكرة شراء الأصول تدل على أن النقود تغادر مؤسسة الإصدار، وفي الحقيقة فإن تلك النقود لا تخرج من عند البنك وإنما تظل مودعة لديه وأنه عند ما يتلقها مصدر النقود الإلكترونية يتصرف كمؤسسة إيداع، وهذا ما دفع الخبراء إلى المطالبة بقصر عملية إصدار النقود الإلكترونية على البنوك فقط[3] ، وبالتالي فإن مصدر النقود الإلكترونية يكون مدينا لحاملها بقيمة النقود الحقيقية التي أودعها لحين تدميرها، ثم فيما بعد مدينا لمن انتقلت إليه النقود الإلكترونية[4].

وكنتيجة منطقية تعتبر النقود الإلكترونية صورة افتراضية Image Vertuelle وليست أصلا ماليا للدورة الكاملة الثلاثية الأقطاب التي تتمثل في[5].:

- إيداع النقود التقليدية.
- إصدار النقود الإلكترونية
- تدميرالنقود الإلكترونية عند إجراء كل عملية من عمليات الدفع .

إذن بعد التطرق إلى الآراء الأربعة يمكن اعتبار حسب رأي الخاص النقود الإلكترونية أداة دفع تامة مثل الأدوات التقليدية التي تستعمل في إنهاء مختلف المعاملات المالية بين المتعاملين، وبالتالي فهي لها عرض وعليها طلب مثلها مثل النقود الورقية

[1]- PIFFARETTI (N), Monnaies électronique;et intermédiation bancaire, université of Fribourg ,Suisse,juillet 2000, P44..

[2] --د/ أحمد جمال الدين موسى، النقود الالكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في ادارة السياسة النقدية ، مرجع سابق، ص 140

[3]- PIFFARETTI (N) , A theoretical approach to electronic money, university of fribourg , Suisse, no 302 , feb 1998 P14

[4] - Ibid , p 16-17

[5]- د/: أحمد جمال الدين موسى، النقود الالكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في ادارة السياسة النقدية ، مرجع سابق ، ص 142

المطلب 3: حجم الطلب على أدوات الدفع الإلكترونية :

سنعرض في هذا المطلب حجم الطلب والعوامل المؤثرة عليه في كل مـــن البطاقـــة الذكيـــة والنقود الإلكترونية .

1- الطلب على البطاقات الذكية :

لقد تطور حجم استعمال البطاقات الذكية حيث بلغت سنة 1996 أكثر من مليون بطاقة في العالم وفي 1998 وصلت إلى 100 مليون بطاقة وحوالي 90 % منها في أوروبا[1]، وفي سنة 2003 وصلت إلى 6 مليون بطاقة[2].

-الجدول التالي يبين لنا توزيع الجغرافي لها في العالم خلال سنة1997و2002

جدول رقم11 : التوزيع الجغرافي لسوق البطاقات الذكية

السنوات / البلدان	1997	2002
أوروبـــــــا	% 70	% 46
أمريكا	% 11	% 22
آسيـــــــــا	% 14	% 28
باقي العالم	% 5	% 4

Source : Jérôme Baumgarten , Nicolas descamp- la carte à puce-, 2002, p7, sit http://tpe.camarades.free.fr/tpe.pdf

- من خلال الجدول نلاحظ أن أوروبا تستعمل البطاقات الذكية بنسبة أكبر مقارنة بباقي البلدان. حيث وصلت سنة 1997 إلى 70 % كما نلاحظ في باقي البلدان أن نسبة الاستخدام لهذه البطاقة هي في تزايد مستمر فمثلا في الولايات المتحدة الأمريكية ارتفعت من 11 % سنة 1997 إلى 22 % سنة 2002، كما أنه تشير إحدى الدراسات التي تمت على الولايات المتحدة الأمريكية أنـــه بلـــغ حجـــم الطلب على منتجات البطاقة الذكية في عام 1992 نحو 51 مليون دولار أمريكي وارتفعـــت إلـــى 145 مليون في عام 1996 ووصلت إلى 1550 في عام 2001 وبلك يكون حجم الطلب الســـنوي قد ارتفع بنسبة 30 % ما بين 92-96 و 61 % ما بين1996 و 2001 ، ووفقا لنفس الدراسة ووفقا لنفس الدراسة فلقد وصل حجم المعاملات التي أجريت بإستخدامها إلى 6 ملايين سنة 1992

---

[1]- د/ أحمد عبد الخالق، البنوك والتجارة الإلكترونية ، الجديد أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والإقتصادية ، جزء الثاني – الجديد في التمويل المصرفي – مرجع سابق ، ص 494.

[2]. - Jérôme Baumgarten; Nicolas descamp- la carte à puce-, 2000, ; p7, sit http://tpe.camarades.free.fr/tpe.pdf sit www.univ-tours.fr/smart.html

و15 مليون عام 1996 و575 عام 2001[1].

كما نجد النمو السريع لها في باقي دول العالم حيث نجد في البرتغال بدأ العمل بها عام 1995 ووصل حامليها إلى 3 مليون، أما في إيطاليا فقد بدأت في 1992 ويوجد حوالي 4 مليون حامل وبلجيكا إستخدمتها عام 1995 ووصل عددها حوالي 4 مليون بطاقة، أما في فرنسا فلقد وصل حجم البطاقات الذكية 43,3 مليون بطاقة سنة 2002 لحوالي 60 مليون ساكن (Habitant)[2] وهذا التطور السريع الذي شهدته البطاقة الذكية يرجع إلى عدة عوامل :

- كون البطاقة الذكية توفر الراحة وسهولة التعامل ويستطيع حاملها إستعمالها في أي جهاز يحوي برمجيات تتناسب معها.

- التوسع الكبير الذي لحق البطاقات الذكية يرجع إلى التطور الكبير الذي شهدته وتشهده التجارة الإلكترونية حيث بلغ حجم التجارة الإلكترونية سنة1998 على مستوى العالم 84 مليار دولار وارتفع في عام 2000 إلى 377 مليار دولار[3].

- إمكانية استخدامها في الضمان الاجتماعي والمعاش الحكومي، حيث يستطيع المستفدين الحصول على مستحقاتهم بتحميل البطاقة بقيمتها من آلة الصرف الآلي أو أي مركز إلكتروني يتم تحديده.

2- حجم الطلب على النقود الإلكترونية و العوامل المؤثرة عليه :

إن استخدام النقود الإلكترونية مازال ضعيف مقارنة بوسائل الدفع الإلكترونية التي عرفنها سابقا، وتعد الولايات المتحدة الأمريكية من أول الدول التي عرفت النقود الإلكترونية حيث نجد استخدام هذه الأخيرة يتم في شكل نظام البطاقة الذكية ولقد ارتفع حجمها من 51 مليون دولار عام 1992 إلى 145 مليون دولار عام 1996 بمعنى زاد بنسبة 30%[4].

أما في ألمانيا فلقد ارتفع حجم النقود الإلكترونية من 511 مليون مارك ألماني عام 1997 إلى 1238 مليون مارك ألماني عام 1998، وبالنسبة للنقود المستخدمة بالفعل فهي لم تتجاوز 160 مليون مارك ألماني عام 1998[5].

أما لو أخذنا الدول الأوربية لوجدنا أن حجم النقود الإلكترونية في تزايد مستمر وهذا ما بينه لنا الشكل التالي:

---

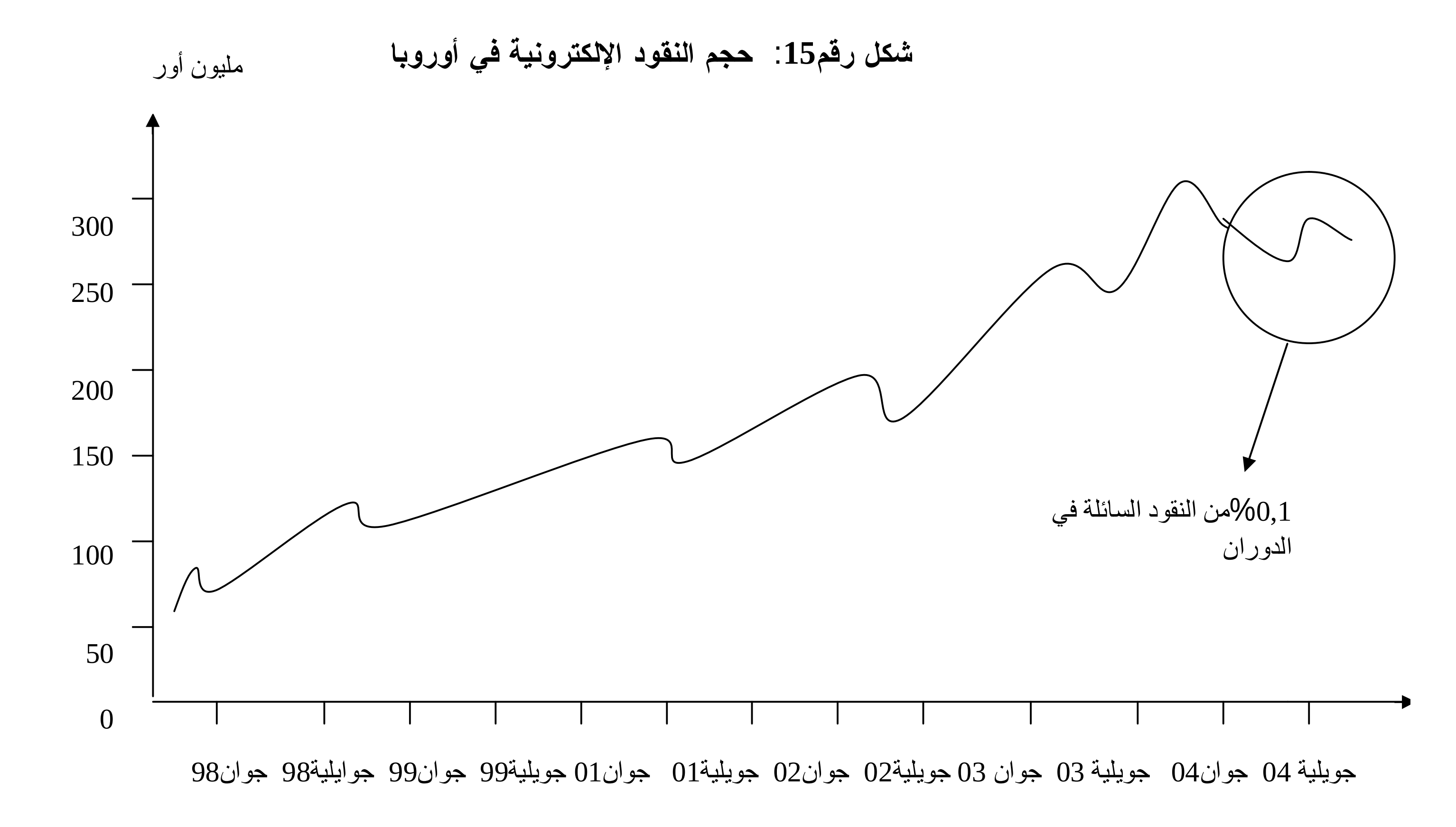
[1]- د/ أحمد جمال الدين موسى ، النقود الالكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في ادارة السياسة النقدية ، مرجع سابق ، ص 128.

[2] - Jérôme Baumgarten; Nicolas descamp- la carte à puce-, 2000, ; p7, sit http://tpe.camarades.free.fr/tpe.pdf http://www.lifl.fr/lecomte/these/these.html

[3] د. حسن شحادة الحسين – العمليات المصرفية الإلكترونية ، مرجع سابق ، ص195

[4] - by Barbara A. Good Will Electronic Money Be Adopted in the United States?, Federal reserve bank of Cleveland working paper, 1998, P4 http://www.clevelandfed.org/research/workpaper/1998/Wp9820.pdf

[5] - Beutsche ban des bank, recent developments in electronic money, deutshe ban des bank monthly report, 1999, P43- 46



شكل رقم15: حجم النقود الإلكترونية في أوروبا

Source: European central bank , what is new with innovation payments ? november 2004, p5

ومن خلال الشكل نلاحظ أن حجم النقود الإلكترونية في تزايد ولكن بصورة ضعيفة مقارنة بوسائل الدفع الإلكترونية الأخرى، وخاصة البطاقات المصرفية – التي رأينا أن حجم الإستخدام أو الطلب عليها في تزايد مستمر- وهذا يرجع إلى العديد من العوامل المؤثرة في حجم التعامل بالنقود الإلكترونية، كما أن الإحصائيات السابقة تدعونا إلى محاولة معرفة هذه العوامل وكذا أسباب إختلافها من دولة إلى أخرى ومن بينها ما يلي[1] :

2-1- إرتفاع تكلفة إستخدام النقود الإلكترونية :

تكلف النقود الإلكترونية ما قيمته 107% من حجم المبيعات مقابل 1% في حالة النقود السائلة، ويرجع السبب في إرتفاع التكلفة إلى حداثة إستخدامها – وهذا منطقي – وسوف تنخفض تكلفتها مع تطور إستخدامها.

[1] - الهيئة العليا لتطوير مدينة الرياض ، النقود الإلكترونية ، 2003 ، الموقع :
http://www.arriyadh.com/Economic/LeftBar/Researches/----------------------------------.doc_cvt.asp

2-2- مدى تقدم الصناعة المصرفية والمالية :

لا تساعد البنية الضعيفة على إنتشار النقود الإلكترونية، فتحسن الصناعة المالية وتوفير الخبرات التكنولوجيا المتقدمة تنعكس إيجابا على تداولها، وخاصة في العناصر الضرورية للتعامل بها والتي يمكن حصرها فيما يلي :

2-2-1- مدى إنتشار أجهزة الحاسب الآلي :

حيث تثبت الدراسات أنها ارتفعت في الولايات المتحدة الأمريكية من 39,1% عام 1996 إلى 53,4% عام 2000[1] ومن المتوقع إرتفاع هذا العدد في السنوات القادمة مما يزيد من تحسن فرص الطلب على النقود الإلكترونية.

2-2-2- معدل إنتشار شبكة الإنترنيت :

حيث يقدر عدد مستخدمي شبكة الإنترنيت في العالم عام 2002 نحو 200 مليون شخص[2] ، أما في الولايات المتحدة الأمريكية فلقد ارتفع من 14,9% عام 1996 إلى 34,9% عام 2000 [3] ووصل معدل إنتشار الإنترنيت إلى 70% عام 2003[4] وفي أوربا وصل إلى 50%، كما بلغ عدد مستخدمي الإنترنيت في فرنسا 14% سنة 1999، وإرتفعت إلى 47% سنة 2003 ويتوقع أن يصل 54% سنة 2006 .

2-2-3- نمو التجارة الإلكترونية :

تتأثر النقود الإلكترونية بنمو التجارة الإلكترونية وما يلاحظ عن هذه الأخيرة أنها في اتساع مستمر غير أنه في السنوات الأخيرة بعد الأزمة التي لحقت بشركات تكنولوجيا المعلومات منذ منتصف عام 2000 خففت من حدة التوقعات المتفائلة بإستمرار النمو الواسع للتجارة الإلكترونية[5].

إذ أن الدراسات والأبحاث بينت أن حجم التجارة الإلكترونية في العالم قد ارتفعت من 84 مليار دولارعام 1998 إلى 377 مليار دولار عام 2000 [6] ومن المتوقع أن يصل حجمها إلى 5 يريليونات عام 2005.[7] ، ولو نظرنا إلى إنتشار التجارة الإلكترونية لوجدنا أن الولايات المتحدة الأمريكية تستحوذ على الحصة الأكبر من حجمها في العالم حيث بلغت عام 1998 مقدار 51 مليار دولار وعام

---

[1] - د/ أحمد جمال الدين موسى ، النقود الإليكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية، مرجع سابق ، ص 143

2- مصرف التجارة والتنمية ، إقتصاد تقنية المعلومات والتجارة الإليكترونية في العالم ، مجلة إتحاد المصارف العربية ، العدد 255 ، 2002، http://www.newsofcd.com/list_all.asp

[3]- د/ أحمد جمال الدين موسى ، ، النقود الإليكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية، مرجع سابق - ص 143.

-4

[5]- بدون مؤلف ، خمسة تريليونات دولار حجم التجارة الإلكترونية عالميا عام 2005 - . دراسات وأبحاث -، الموقع : http://www.egovs.com/egovs_webo2/news.php?main=7&detailsid=17

[6] - د/ . حسن شحادة الحسين ، الصيرفة الإلكترونية – العمليات المصرفية الإلكترونية ، مرجع سابق ص 195.

[7]- بدون مؤلف، خمسة تريليونات دولار حجم التجارة الإلكترونية عالميا عام 2005 - . دراسات وأبحاث ، مرجع سابق.

2000 وصلت إلى 284 مليار دولار[1] ، أما في عشر دول من دول الإتحاد الأوربي فنجدها تتــراوح ما بين 0,3 إلى 17 أرو لكل فرد ومن ثم لا تتعدى نسبة ما يخصصه المستهلكون للتعامل من خــلال التجارة الإلكترونية 1% [2].

من خلال الإحصائيات السابق نلاحظ أن عناصر البنية التحتية في تطور وتوسع مستمر مما يؤكد على على السوق الواعد لاستخدام النقود الالكترونية واستعمالها كأداة دفع بديلة عن الأدوات الأخرى وهــذا في المدى المتوسط والطويل .

2-3- تدريب العاملين:

من خلال تطوير الخبرة المصرفية وتدريب القائمين على إصدارالنقود الإلكترونية وعلى كيفيــة إدارة المخاطر الناتجة عن تداولها.

2-4- الدعاية الكافية :

إن النقود الإلكترونية مثلها مثل باقي المنتجات البنكية فهي تحتاج إلى دعاية وإعلان لتسويقها، فحداثــة وجودها وضعف الدعاية لها من شأنه أن يعيق انتشارها خاصة في المرحلة الأولى للتعامل بها.

2-5- قبولها كأداة دفع لدى المستهلكين والتجار:

إن قبول النقود الإلكترونية كأداة دفع عامل أساسي في تطوير حجم المعاملات التــي تــتم بواســطتها ويتحقق ذلك كلما عمل البنك على تخفيض المخاطر وتقديم الضمانات الكافية للمتعاملين بها .

2-6- ضعف قبول السوق Market acceptance :

فالسوق لازالت غير ناضجة أو متواتية لإدخال النقد الإلكتروني في التعامل[3] .

2-7- العوامل الإقتصادية والاجتماعية :

وتتمثل أساسا في مستوى الدخل، الثقافة المصرفية، مدى توافر ضوابط الأمــن المتعلقــة بالمخــاطر الناتجة عن شبكة الإنترنيت خاصة .

2-8- نظم الدفع السائدة :

يرتبط كذلك حجم الطلب على النقود الإلكترونية بنظم الدفع السائد في كل بلد، فهناك من يفضل

---

[1] - د/ حسن شحادة الحسين ، الصيرفة الإلكترونية – العمليات المصرفية الإلكترونية، مرجع سابق، ص 195.

[2]- د/ أحمد جمال الدين موسى ، ، النقود الإلكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية، مرجع سابق ص 144.

[3]- Lara Srivastava and Robin Mansell Electronic Cash and the Innovation Process: A User Paradigm Electronic Working Papers Series Paper No. 23 Science Policy Research Unit Mantell Building University of Sussex, march 1998, P16.

استخدام النقود السائلة حيث أثبتت الدراسات أن أكثر من 54% من المستهلكين في الولايات المتحدة الأمريكية يفضلون استخدام النقود السائلة في معاملاتهم البسيطة، وتؤكد نفس الدراسة أن 57% من تجارة التجزئة
يفضلون التعامل بالنقود السائلة[1].

ولقد أظهرت كذلك دراسة تمت على الإتحاد الأوربي أن استخدام النقود السائلة في انخفاض مستمر وإن ظلت حتى الآن أكبر أدوات الدفع استخداما في تسديد المعاملات اليومية، إذ بلغ حجم استخدام النقود الإلكترونية 10% في أوربا، 8% في اليابان و6% في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1998[2].
كما أن فائدة استخدام النظم المقترحة من النقود الإلكترونية غامضة بالنسبة للمستهلكين.

- من خلال ما سبق يمكن القول أن النقود الإلكترونية لازالت في بدايتها حيث يعتقد المراقبين لها في الفترة الأخيرة أن مستقبل النقود الإلكترونية مظلم ما لم تتطور لتقدم للناس أسلوبا مثيرا لإجراء المعاملات[3] ، ولكن توقعات رجال المال والاقتصاديين تتجه نحو تأكيد أن نمو الإقتصاد الإلكترونية سيكون بطيئا في الأجلين القصير والمتوسطو ستكون أسرع في المدى الطويل، وبالتالي فإن السوق الواعد للنقود الإلكترونية سيحل محل النقود السائلة بشكل تدريجي[4] ، كما لاحظ في الفترة الأخيرة اختفاء بعض نماذج النقود الإلكترونية و الاتجاه نحو التماثل الكلي للآليات المقترحة لها .standardisation globale

- أما بالنسبة لحالة الدول العربية في مجال التعامل بالنقود الإلكترونية فإن أغلبها لازالت لم تدخلها في تعاملاتها المالية، لذا من الأفضل لها أن تستعد لتواكب هذا التطورات حتى لا تجد نفسها ضمن نظام مالي دولي مفروض عليها دون توقع واستعداد وما لذلك من آثار على جهازها المصرفي واقتصادها ككل .

---

[1]- US. Department of treasury, 1996, Introduction to electronic money Issues, P28, http://www.occ.treas.gov/

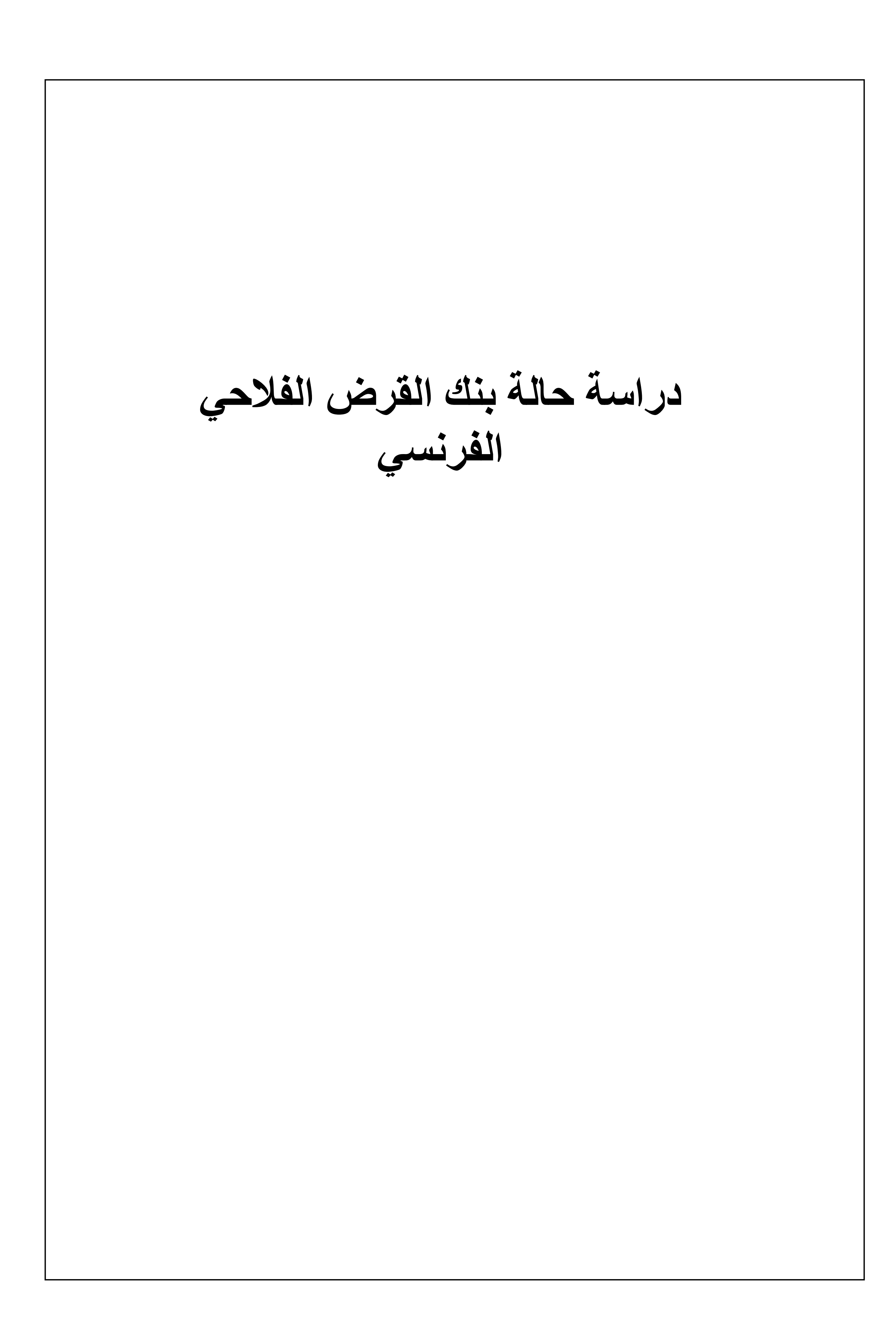
[2] -Good Barbara, will Electronic money be adopted in the united states? Federal reserve bank of Cleveland working paper: N° 98/22, p14, http://www.clevelandfed.org/research/workpaper/1998/Wp9820.pdf

[3] - د./ أحمد جمال الدين موسى ، النقود الإلكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية، مرجع سابق ، ص 178.

[4]- د./ أحمد جمال الدين موسى ، مرجع سابق ص 149.

خاتمة الفصل :

تلعب العمليات المصرفية الإلكترونية دورا كبيرا في تحسين الخدمات التـــي تقــدمها البنـــوك لعملائها وزبائنها بمختلف فئاتهم وشرائحهم، حيث أدركنا من خلال هذا الفصل حقيقة الخدمات الحديثة ومدى تأثيرها على العمل المصرفي إذ تناولنا في المبحث الأول مختلف القنوات التي استعملتها البنوك في عرض وتقديم خدماتها ولاحظنا أن الأنترنيت يعتبر أهم قناة لذا نجد أأغلب القنوات الأخـــرى تـــم ربطها به وهذا يدل على التجاوب الكبير الذي يحضى به هذا الأخير من قبل العملاء فـــي حصـــولهم على الخدمات المصرفية، كما لاحظنا في المبحث الثاني أن العمل المصرفي أصبح يعتمد بشكل متزايد على الخدمات الالكترونية التي تساعد على زيادة الإمكانيات التنافسية للبنك من خلال الزيادة في كفـــاءة تقديم الخدمة والناتجة عن إدخال التقنيات الإلكترونية في التعامل، كما تطرقنا الـــى مختلـــف الأنظمـــة الإلكترونية المعتمدة والمخاطر الناجمة عن التعامل بها، أما في المبحث الثالث فلقد خصصناه لدراســـة أدوات الدفع الإلكترونية المختلفة وقد ركزنا الدراسة بصفة خاصة على النقود الإلكترونية التي تعتبـــر كبديل عن النقد العادي إذ أن التوقعات تشير بأنها ستحتل مكانة بـــارزة فـــي التعـــاملات المصـــرفية الالكترونية في المدى الطويل، كما تطرقنا الى حجم الطلب على البطاقات الذكية والنقـــود الإلكترونيـــة وتعرفنا على مختلف العوامل المؤثر عليه .



دراسة حالة بنك القرض الفلاحي الفرنسي

دراسة حالة بنك القرض الفلاحي الفرنسي

مقدمة :

منذ سنوات عديدة عمل بنك القرض الفلاحي الفرنسي على الخروج من دائرة التخصص في تمويل النشاط الزراعي إلى تمويل مختلف القطاعات الاقتصادية، حيث أنه يقدم خدمات للخواص المؤسسات، المهنيين والجماعات المحلية.

يعتبر القرض الفلاحي أول منظمة بنكية في فرنسا من حيث أمواله الخاصة كما أنه الرائد في مجال تقديم الخدمات المصرفية، وحتى يحافظ على هذه المكانة عمل على الزيادة من حصته السوقية وذلك من خلال التوسع في تقديم خدمات في مجالات مختلف، إذ أنه أنشاء فروع متخصصة في مجالات مصرفية وأخرى غير مصرفية بغرض تقديم خدمات أكثر كفاءة وجودة وتلبي رغبات المتعاملين معه.

ويعتبر بنك القرض الفلاحي الفرنسي بنك شامل يضم مجموعة من الصناديق الجهوية وفروعها بالإضافة إلى الشركة القابضة التي تعمل تحت مظلته و تضم العديد من المؤسسات المالية المتخصصة في جميع المجالات تعرف بالشركة القابضة للقرض الفلاحي(credit agricole S .A)

ونظرا لتشعب فروع هذا البنك سنحاول إقتصار الدراسة على الصناديق الجهوية وفروعها المختصة في تقديم الخدمات المصرفية حتى نستطيع الوصول إلى النتائج المرجوة من خلال دراستنا لهذا البنك حيث أننا لو أخذنا دراسة حالة البنك ككل فإنه لن يعطينا نتيجة مجذية، وهذا يرجع إلى السياسات الحديثة الأخرى التي طبقها البنك كإستراتيجية الإندماج مع بنك القرض الليوني الفرنسي بالإضافة إلى وجود الشركة القابضة، وبالتالي فالنتائج التي يحققها البنك ليست ناتجة عن التوجهات الحديثة الخاصة بالخدمة المصرفية فقط، بل تكون ناتجة كذلك عن عملية الإندماج والخدمات التي تقدمها المؤسسات المالية المختصة التابعة لشركة القابضة، لذلك إرتأينا أن نعرض من خلال دراستنا حالة الصناديق الجهوية حتى نستطيع تجسيد الدراسة النظرية والتعرف أكثر على نتائج الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية على البنك، ولأجل التعرف أكثر على هذه الأخيرة قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين :

المبحث الأول : الخدمات المصرفية الحديثة في الصناديق الجهوية للقرض الفلاحي الفرنسي .

المبحث الثاني : الخدمات المصرفية الإلكترونية في الصناديق الجهوية .

المبحث الأول : الخدمات المصرفية الحديثة في الصناديق الجهوية للبنك :

لأجل معرفة الإستراتيجيات الحديثة التي إتبعها البنك في تقديم خدماته المصرفية من خلال الصناديق الجهوية ، قسمنا هذا المبحث إلى ثلاث مطالب، حيث سنتعرف في المطلب الأول على هيكل بنك القرض الفلاحي الفرنسي، ثم بعد ذلك نتطرق إلى استراتيجيات الحديثة لجذب الودائع، أما في المطلب الأخيرفسنعرض أهم السياسات الحديثة التي إتبعتها الصناديق الجهوية في مجال الإقراض.

المطلب 1 : هيكل بنك القرض الفلاحي الفرنسي

سنعرض في هذا المطلب تقسيمات القرض الفلاحي أو هيكله الهرمي وكذا فروعه المختلفة .

1- الهيكل الهرمي للقرض الفلاحي :

هيكل بنك القرض الفلاحي يتكون مما يلي [1]:

1-1- مجموعة من الصناديق المحلية les Caisses locales (CL):

تعتبر الصناديق المحلية قاعدة الهيكل الهرمي للقرض الفلاحي (أول مستوى)، حيث يمتلكون أكبر قيمة من رأس مال الصناديق الجهوية ، والدور الأساسي للصندوق المحلي هو الفحص أو المراقبة عن طريق لجنة من الاداريين محددين بمجلس الادارة لطلبات القروض المكونة من طرف الأعضاء.

ويضم القرض الفلاحي 2599 صندوق محلي سنة 2004 [2] ، بعدما كان 2650 سنة 2003[3].

ووصل إلى هذا العدد بعد تطبيق العديد من الاندماجات .

1-2- الصناديق الجهوية : Les caisses règionales (CR) :

الصناديق الجهوية تعمل على تقديم الخدمات المصرفية للعملاء منذ سنة 24 جانفي 1984، وهي موزعة على كافة التراب الوطني الفرنسي وهي مؤسسة تعاونية مؤسسيها هم الصناديق المحلية .

ولقد بلغ عددها 43 صندوق جهوي سنة2004 ، وهذا بعد تطبيق العديد من الاندماجات يمكن تلخيصها فيما يلي :

---

[1] : François barboux, lestatut barboux en question –cas de :credit agricole-,universite rene descartes , paris, p12: sit : : http://www.infotheque.info/ressource/1290.html

[2]- Crédit Agricole, banque de particuliers, à fin 2004, sit : http://www.credit-agricole.fr/legroupe/fr/organisation/Caisses-Regionales/CaisseLocales.shtml

[3] - credit agricole, banque de particuliers, a fin 2003, sit : http://www.credit-agricole.fr/le groupe/fr/metiers/banque-proximite-credit-agricole.shtml.

:

جدول رقم12 : اندماجات الصناديق الجهوية

السنوات	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
CR	59	57	54	54	53	49	46	*44	*43

Source **:** Horizon bancaires , la consolidation du système bancaire français N324 , mars 2005 , p 38

يوضح لنا الجدول إستراتيجية الإندماج التي إتبعها البنك في التقليص من عدد صناديقه الجهوية مما ساعده على دعم نشاطه المالي وخفض التكاليف وخاصة تكاليف التشغيل .

- إن الصناديق الجهوية مدعم بالعديد من الوكالات بلغ عددها 7200 وكالة سنة2004 [1] بعدما كانت 7260 سنة 2003[2] ، بالاضافة إلى نقاط البيع عند التجار (Point vert) يقدر عددها 9060 نقطة سنة 2004 [3] .

1-2-1- وظيفة الصناديق الجهوية (CR) :

تعمل الصناديق الجهوية باستقلالية تامة عن بعضها البعض، حيث أن لكل صندوق تسير واستراتيجيات التطور الخاصة به، ولكنها كلها تخضع لسياسة محددة من قبل الصندوق الوطني للقرض الفلاحي CNCA**، ومن مهام CR ما يلي[4] :

أ/ وظيفة تجارية وبنكية (تسير الشبكة البنكية للوكالات، أدوات الدفع ، العمليات المصرفية القاعدية تقديم الخدمات المصرفية ونصائح للمتعاملين... إلخ).

ب/ وظيفة مالية (تسيير الشؤون المالية، التوسط في الأسواق المالية المختلفة، محاسبة، تسيير الميزانية ومراقبة التسيير).

ج/ تسيير خدمة القروض (تحديد سياسة الصندوق في القروض من خلال تحديد تاريخ استحقاق معدل الفائدة، طريقة استهلاك القرض وتسديده وكذا متابعة القروض ...إلخ).

د/ تسيير الموارد البشرية.

---

* نتائج تحصلنا عليها من :

Jean Laurannt, conférence " the premiun revien , 2 décembre 2004 , p18, sit . http://www.credit-agricole-sa.fr/images/documents2/1_f320341110351081pdf

[1]- Rapport d'activité 2004 , Crédit Agricole P Sit : http://www.credit-agricole-sa.fr/images/documents2/1_f99511084533749.pdf

[2] Crédit Agricole -Rapport d'activité 2003 , P4 Sit : http://www.credit-agricole-sa.fr/images/documents2/1_f99511084533749.pdf

[3] - Crédit Agricole SA,Sit : http://www.credit-agricole.fr/legroupe/fr/organisation/credit-agricole-sa/profil.shtml

** la caisse nationale de credit agricole

[4]- François Barboux; Le statut mutualiste en question : cas du Crédit agricole, op cit , p 12

هـ/ تسيير نشاطات أخرى (التسويق، المنازعات ... إلخ)

- تحتل الصناديق الجهوية للقرض الفلاحي المرتبة الأولى (شبه كلية quasi-totalité) ، في السوق الفرنسي بأكثر من 16 مليون زبون سنة 2003 [1].

1-3- الصندوق الوطني للقرض الفلاحي CNCA :

هو العضو المركزي لبنك القرض الفلاحي يحدد السياسة العامة لمجموعة القرض الفلاحي ككل ويهدف إلى تحقيق ما يلي :[2]

- العمل على ترقية البنك والنهوض به إلى الأفضل.
- تحقيق التكامل والتلاحم ما بين الصناديق الجهوية وفروع البنك.
- يضمن السيولة لمجموعة القرض الفلاحي.
- تحقيق الملاءمة المالية للبنك (القدرة على الوفاء).
- تسيير الشؤون المالية الخاصة بالبنك ككل.

1-4- الاتحادية الوطنية للقرض الفلاحي FNCA:

هي منظمة متكونة من مكتب منتخب من مدير البنك وكذا مديرين الصناديق الجهوية وهدفها تحديد سياسة FNCA وأهدافها ما يلي :

- تمثل الصناديق الجهوية أمام الدولة والبنك المركزي وكذا الصناديق المحلية .
- تعتبر الرأس المفكر لصناديق الجهوية حيث أنها ترافقهم في تحديد سياسة التطور، التسويق كما أنها تعمل على إيجاد حلول لمختلف المشاكل التي تواجهها الصناديق الجهوية .
- تلعب الدور الرئيسي في تسيير ومناقشة القانون الداخلي الذي يخضع له عمال القرض الفلاحي .

2- فروع البنك :

فروع مجموعة القرض الفلاحي تتكون أساسا من فروع الشركة القابضة القرض الفلاحي CA S.A والتي تمتلك 25% من رأس مال الصناديق الجهوية [3] ، والجدول التالي يبين لنا أهم الفروع ونشاطاتها المختلفة .

---

[1] - credit agricole, le métiers de proximité en France de caisse régional de credit agricole, 2003. sit : http:// www.credit-agricole.fr/legroupe/fr/meties/banque-proximite-credit/ .

[2]- François Barboux , op cit , p 19

[3]- Crédit agricole , organigramme simplifié des filiale et participations , sit http://www.credit-agricole-sa.fr/images/documentation /rapports.php?langue_site=1

الجدول رقم 13: فروع بنك القرض الفلاحي ونشاطتها

اســـــــــــــــم الفــــــــــــــرع	حقل نشاطه (Champ d'activité)
Credit Agricole indosuez	تسيير المتعاملين بالتسيير الدولي وتسيير السوق
UCABAIL	التمويل التأجيري Credit-bail
TRANSFACT	الفوترة affacturage
PREDICA	التأمين على الحياة
BGPI	تسيير الذمة المالية
PACIFICA	التأمين على المخاطر
SOFINCO	قروض استهلاكية
BFT	تسيير موجودات المؤسسات
UI	مؤسسة الاستثمار
INDOCAN	تسيير الموجودات
UNIFICA	العقارات
Crédit Agricole chevreuse	مؤسسة البورصة Société de bourse
CEDICAN	أدوات الدفع

Source: François barboux, lestatut barboux en question –cas de :credit agricole-,universite rene descartes , paris v , p 21 sit: .

من خلال الجدول يتبين لنا أن فروع البنك تمارس نشاطات في مجالات متعددة، مما يساعد ه على زيادة نشاطاته المصرفية وغير المصرفية، كما يكسبه خبرة في كل المجالات مما يـدفع الكثيـر مـن المتعاملين إلى التعامل معه، وهذا يزيد من مداخيل البنك مما يؤدي إلى زيادة القيمة السوقية للبنك ومـا لذلك من أثار إيجابية عليه .

المطلب 2 : استراتيجيات الحديثة لجذب الودائع:

من بين التوجهات الحديثة التي إتبعتها الصناديق الجهوية في جذب الودائع، إشتقاتها خدمات جديـدة من خدمات تقليدية معروفة (عرفنها في الفصل الأول)، وكذا دمجها للعديد من الخدمات في عقد واحـد ولقد ساعدها هذا على زيادة المردودية وكذا جذب العديد من العملاء .

ومن بين الإستراتيجيات الحديثة التي إتبعتها الصناديق الجهوية عرضها لخدمات الحسـابات الجاريـة والإدخارية الحديثة.

1- الحسابات الجارية الحديثة :

يستطيع العميل الحصول على خدمات مختلفة في عقد واحد وهذا بإضافة لقب أو ميزة حساب الخدمات* على أحد حساباته الجارية الموجودة سابقا لدى البنك، حيث يتم الإتفاق على مختلف الخدمات المعروضة مع مرشد البنك (Conseiller)، كما يتم تحديد معدل الفائدة في السحب على المكشوف، تحديد الحد الأدنى المرغوب في الإحتفاظ به و تحويله مباشرة إلى الحساب المختار[1] .

- ولقد طالب المتعاملين مع البنك هذا النوع من الحسابات حيث بلغ عددها 7 مليون حساب خدمات في بداية 2002 [2] ، ولقد طالبه أكثر من 3/2 من عملاء البنك سنة 2002[3] ، ومن بين هذه الحسابات ما يلي[4] :

1-1- حساب الخدمات المحترفة أو المهنية : (Le compte-service professionnel (CSP

يوفر هذا اللقب العديد من الخدمات لصاحبه و يمكن ذكرها فيما يلي :

1-1-1 - عمليات متعلقة بدفتر الشيكات :

تكون الأولوية لأصحاب حساب الخدمات المحترفة(**CSP**) في تحصيل الشيكات بسهولة وسرعة بالإضافة إلى أنه يقلص المعلومات الموجودة في الشيك، إذ أن صاحبه لا يحتاج إلى كتابة المعلومات الخاصة به وإنما يكتب مبلغ المراد الحصول عليه فقط .

1-1-2- الإيداع السريع :

يعتبر عامل ذو إمتياز لكسب الوقت حيث يتم إيداع النقود في محافظ توضع تحت تصرف العميل ، ثم بعد ذلك يتوجه هذا الأخير – بدون إنتظار - لتأكيد على العملية وتتم عملية الفحص والتسجيل في نفس اليوم الذي تم فيه الإيداع .

1-1-3- ترخيص الإطلاع Découvert :

لقد تم توفير هذه الخدمة لأجل الوقوف في وجه إنحراف الميزانية المرتبط بنمط وطبيعة دخل العميل وهذه الليونة للميزانية تعطي العديد من المزايا الهامة منها :

- مبلغ الموظف المتعاقد مع البنك الخاص بفتح قرض يتكون من الضمان بمعنى أنه لا يتعدى دخله والفائدة المحددة على مبلغ التغطية المستعمل، وكذا عدد أيام الإستعمال.

---

* حساب الخدمات : لا يمكن إعتباره نوع جديد من أنواع الحسابات وإنما هو حساب البنكي – من الحسابات المعروف – غني بالعديد من الخدمات التي تساعد العميل في تسيير نشاطاته المهنية.

[1]- Quotidien, gérer facilement vos "plus" et vos "moins", 2002
http://www.credit-agricole.fr/pourvous/particuliers/quotidien-gerer.shtml

[2]- Crédit Agricole SA rapport d’activité 2002 P19 ; sit:
http://www.credit-agricole-sa.fr/images/documents2/1_f11961075287366.pdf

[3] -credit agricole S .A , rapport annulle 2002, op cit ,p19

[4]- Le compte-service professionnel, sit :
. http://www.ca-atlantique-vendee.fr/Vitrine/CatalogueProduit/FichProd/P_FichProd_CompteServicePro.jsp

- يدفع العميل إلا ما يتم إستهلاكه.

- تعبئة الحساب تتم تلقائيا من خلال تحصيل الشيكات وتحويلها إلى حساب العميل أو التحويل المباشر من مصدر دخل العميل إلى البنك.

- يمكن للبنك السماح بإحتياطي خاص بالميزانية – وهذا حسب الإتفاق- لأجل إستعماله في منتجات إدخارية محددة عند فتح العقد بغرض تحقيق مشاريع معينة أو زيادة ممتلكات العميل.

1-1-4- الحصول على خدمات التأمين Sécuricompte professionnel

يستفيد العميل من خدمات التأمين على السرقة والضياع لأدوات الدفع، نقل الأموال و المستندات الرسمية وفي حالة تحقيق الخطر يتم التعويض كما يلي :

- السرقة أثناء نقل الأموال يتم التعويض حتى 7700 آرو في السنة.

- ضياع أو سرقة أدوات الدفع يتم التعويض حتى 1600آورو لكل خطر في السنة، وإذا تم تضييع أو سرقة في نفس الوقت مستندات أو أوراق رسمية يتم التعويض حتى 310 آرو للحادث في السنة.

في حلة تحقق الحادث يتم التبليغ عليه في مدة لا تتعدى 05 أيام من خلال أقرب وكالة أو الإتصال بمصلحة المساعدات (Multiaide) الخاصة بالصندوق الجهوي للمتعامل .

بالإضافة إلىالحصول على خدمات التأمين على الحياة والإعاقة (Décès - invalidité).

1-1-5- رسالة المعلومات الخاصة ببنك القرض الفلاحي الفرنسي :

هذه الرسالة يتم إرسالها فقط لأصحاب الحسابات الحامل للقب حسابات الخدمات المهنية حيث ترسل كل ثلاثي وتتضمن ما يلي :

- المعلومات المالية العامة التي يستطيع العميل إستخدامها.

- مجموعة من النصائح العملية الناتجة عن خبرة البنك من خلال نشاطه المهني.

- عرض الفرص المناسبة لتشغيل الأموال حسب رأي البنك.

- كما يتم الحصول على العديد من النصائح والمعلومات عن طريق الهاتفية فيما يخص المعلومات القانونية، الضريبة و الحياتك اليومية من خلال الإتصال بمصلحة المساعدات – المكالمة مجانية –

كما أنه يستطيع صاحب هذا الحساب الحصول على خدمات منزلية بإستخدام أحد قنوات الإتصال عن بعد (الهاتف، المنتال، الأنترنيت، التلفزة الرقمية، WAP)

بالإضافة إلى كل هذه الخدمات بإمكان بنك القرض الفلاحي من خلال صناديقه الجهوية عرض أنواع أخرى من الخدمات تتماشى مع الحالة المالية للعميل ومع تطوراتها المختلفة، كما أنه بإمكان صاحب الحساب تغيير العقد أو أحد بنوده بحسب مقتضيات الحاجة وذلك من خلال الإتصال بالبنك.

ويتم الحصول على كل هذه الخدمات في إتفاقية واحدة وبسعر يحدد شهريا - متفق عليه - وشامل لكل الخدمات.

1-2- حساب الخدمات المتنوعة Le compte-service Mozaic (CSM) :

هذا الحساب خاص بالشباب مابين 18-25 سنة ويعرض العديد من الخدمات لأصحابه تتمثل فيما يلي [1]:

- إمكانية السحب من الحساب بدون وجود نقود وكحد أقصى 300آرو لمدة 15 يوم.

- وجود خدمات التأمين على السرقة، ضياع أدوات الدفع، أوراق الهوية، المسؤولية المدنية والتأمين ضد مخاطر أخرى يتم الإتفاق عليها في العقد.

- يمنح بطاقة الدفع والسحب الدولية "Mozaic" – سيتم التعرف عليها لاحقا-.

- الحصول على دفتر التوفير للشباب ما بين 12 إلى 25 سنة يسمح بالإدخار كما يسمح بالسحب حتى مبلغ 1600آرو.

- إعفاء من الآجيو (agios) إذا كان لا يتعدى 3,05آرو في الثلاثي.

نتيجة للمزايا التي يحققها هذا الحساب يوجد 1,6مليون شاب مسفيد من خدماته سنة 2001[2] ، كما نجد 72% من العملاء طالبوا به ولقد وصل عدد الحسابات الجديدة في هذا النوع إلى 80000حساب و بطاقة MOZAIC سنة 2002 [3].

1-3 - حساب الخدمات الأمثل : Compte-Service optimum (CSP)

عند إضافة هذا اللقب على أحد الحسابات المصرفية الموجودة سابقا لدى البنك يتمكن صاحبه من الحصول على خدمات إضافية تتمثل فيما يلي [4]:

1-3-1- السماح بالسحب على المكشوف بمعدل أمثل :

يستطيع العميل السحب حتى 1500آرو إلى 7700 آرو أو بالتجزئة بمقدار 20 آرو وفي حالة السحب المنتظم يعفي العميل من دفع 30آرو من قيمة الآجيو السنوية.

1-3-2- تسيير عن بعد للحسابات الجارية لمدة 24سا/24سا وكل أيام الأسبوع من خلال : الهاتف المنتال، الإنترنيت، الهاتف النقال وكذا التلفزة الرقمية.

---

[1]- L'autonomie en toute sécurité, Sit :
: http://www.nord-est-enligne.credit-agricole.fr/g1/vitrine/_prospects/_particuliers/jeunes/_index_jeunes.htm

[2] - credit agricole , rapport annuel 2001 , op cit, p 13

[3]- Crédit Agricole SA rapport d'activité 2002 op cit ,p 19 -

[4] Crédit agricole , Centre-Est, Compte-Service Optimum, 06/01/2004, Sit :
http://www.ca-centrest.fr/Vitrine/CatalogueProduit/FichProd/P_FichProd_CompteServiceOptimum.jsp

1-3-3- بيان أو كشف فصلي عن حالة البنك اليومية :

حيث يجد العميل كل أنشطة البنك والأرقام الأساسية الخاصة بحالته التجارية وهذا من خلال (الهاتف، e-mail ، ...إلخ).

1-3-4 - بيان أو كشف كل ثلاث أشهر عن الحسابات الخاصة بالعميل ، القروض و التأمين.

1-3-5- الحصول على مساعدات (para-bancaires) في المستشفيات ، الحياة اليومية والعائلة مثلا : مساعدات الأطفال المرضى الأقل من 15 سنة وإمكانية البقاء معهم في المنزل في حالة المرض (garde)، الحصول على مساعدات مدرسية (دروس خاصة) ، التذكير بمواعيد المراجعة التقنية للسيارات ...إلخ.

1-3- 6 - حماية أدوات الدفع وتعويضها في حالة السرقة أو الضياع وكذا الأوراق والمستندات الرسمية، حيث يعوض الصندوق الجهوي الإستخدام الإحتيالي للدفتر الشيكات أو البطاقات المصرفية لآخر تعبئة تمت على محفظة النقود الإلكترونية بمقدار لا يتعدى 1980 آرو في السنة لكل خطر أما بالنسبة للوثائق الرسمية كجواز سفر، رخصة السياقةو البطاقة الرمادية فالصندوق الجهوي يضمن تعويضها للعميل. بالاضافة الى الحصول على خدمات التأمين على الحياة والإعاقة الناتجة عن الحوادث.

1-3-7 - الحصول على إشتراك Abonnement :

يحصل العميل على إشتراك لمدة ثلاث أشهر للبلوغ المجاني إلى البنك ، بعد إنقضاء هذه المدة يتم الإطلاع بدفع إشتراك شهري يقدر بـــ 8,75آرو، ويستطيع العميل الحصول على معلومات أو نصائح في الجانب الإداري، القانوني، الضريبة، الصحة، العمل و المدرسة ...إلخ وفي كل الميادين من خلال خدمات الهاتف "Allo Conseils Dossier Familial 0,15 /mn" بالإضافة إلى الحصول على خدمات مصرفية من خلال قنوات الإتصال عن بعد الأخرى .

2- حسابات التوفير الحديثة :

تعمل صناديقه الجهوية للبنك على توفير أساليب متعددة للإيداع أو الإدخار تلبي حاجات ورغبات المتعاملين معها كما تضمن لهم الأمان التام، وتحقق لهم عائد بمعدل ثابت ومضمون خلال مدة التوظيف ومن بين هذه الطرق ما يلي :

2-1- حساب الإدخار السكني Compte épargne logement(CEL) :

لفتح هذا النوع من الحسابات يلزم إيداع مبلغ 300آرو، ثم بعد ذلك يتم تغذيته على حسب الوضعية

المالية لصاحبه شريطة أن لا يقل مبلغ الإيداع عن الحد الأدنى المقدر بــ 75آرو ، ويتم الإدخار حتى 15300آرو بعائد صافي من الضرائب على الدخل.

- بعد 18 شهر من فتح حساب CEL يستطيع صاحبه طلب قرض ســكني بمعــدل فائــدة مناســب (معقول)[1].

2-2- مخطط الإدخار في البورصة :

قامت الصناديق الجهوية بعرض خدمة الإدخار التدريجي بحسب نمط الدخل لأجل إستثمارها بطريقة منظمة في البورصة، وذلك بإيداع 45آرو في الشهر[2] - كحد أدنى- وهذا بإتخاذ قرار مشترك مع مساعد البنك المختص (Conseiller) لأجل تحديد أفضل إستثمار يتماشى وطبيعة وأهداف الإدخــار. ولتحقيق ذلك لابد من إحترام القواعد المختلفة لتوظيف في البورصة التي تمنح توازن المحفظة الماليــة وتقليل من آثار تقلب الأسعار.

ومن أجل الإستفادة على الأقل من التحركات المختلفة للأسواق بنك القرض الفلاحي يعــرض خدمــة SICAV و FCP (خليط من الأسهم والسندات والأصول النقدية التابعة لمؤسسات الوحــدة الأوربيــة Sociétés de la communauté européenne) وتتكون المحفظة المالية الخاصة بـــ SICAV و FCP بحسب مدة التوظيف المختارة على أساس المخاطر، ويتم تسيير المحفظة مــن طــرف خبــراء فروع القرض الفلاحي من بيــنهم المؤسســة الخاصــة بالتســيير (Société de gestion, Asset Management)[3].

- كما يستفيد أصحاب هذا الحساب من سياسات ضريبة ذات مردودية أفضل مثل : PEA التــي يــتم حساب الضريبة فيها على الدخل وليس التقدير الجزافي، أضف إلى ذلك أنه يمكــن الإســتثمار حتــى 132000آرو في أسهم مؤسسات الوحدة الأوربية وبعد 5 سنوات من الإستثمار تعــرض رأس مــال بدون ضرائب.

- بالإضافة إلى أن الأفراد الذين لهم عقد التأمين على الحياة وتجاوزت مدته 8 سنوات يعفــون مــن الضريبة على الدخل في حدود 4600أرو المحقق في السنة بالنسبة للفــرد و9200 بالنســبة للــزوج (couples)[4].

---

[1] - Crédit Agricole , Constituer votre épargne, , 6 janvier 2005, Sit : http://www.credit-agricole.fr/pourvous/particuliers/epargne-constituer.shtml

[2] -Ibid

[3] -crédit Agricole, Epargne : Valoriser votre capital, 2002, 6 Janvier 2005 Sit : http://www.Credit-agricole.fr/pourvous/particuliers/epargne-valoriser.html

[4] - Ibid -

2-3- حساب على الدفتر Compte Sur livret (CSL):

لفتح هذا الحساب يلزم كحد أدنى 15 أرو، و يتميز بأنه يستطيع صاحبه إيداع أي مبلغ (غير محدد) كما أن الأموال المودعة تبقى تحت تصرف صاحبها في أي وقت[1].

2-4- حساب الإدخار Varius :

يستطيع صاحبه الحصول على معدل فائدة ثابت خلال مدة التوظيف التي تتراوح ما بين 3,5 إلى 7 سنوات وفيه نوعين :

2-4-1-الإدخار الأزرق (Varius bleu): هو إدخار متعلق برأس مال العميل ويستطيع الإيداع فيه في أي وقت.

2-4-2- الإدخار الأخضر (Varius Vert): يفتح هذا النوع من الحسابات على الأقل بمقدار 200آرو فهو متعلق بنمط وطبيعة الدخل الشخصي حيث يتم إختيار مدة الإيداع في العقد مثلا كل شهر كل ثلاث أشهر...إلخ ، كما يستطيع صاحبه إيداع أي مبلغ كان[2] - بمعنى لا يوجد حد أقصى للإيداع- بالإضافة إلى كل ما سبق تعرض الصناديق الجهوية من خلال وكالاتها المختلفة أنواع متعددة من دفاتر التوفير نذكر منها ما يلي [3] :

أ/ دفتر التوفير الشعبي Livret de pargne populaire:(LPP)

يتم التوفير في هذا النوع من الدفاتر حتى 7700آرو ويمنح معدل فائدة 4,25%.

ب/ دفتر توفير الأطفال Livret de pargne tiwi: (LPT)

هذا النوع خاص بالأطفال الأقل من 12 سنة يتم التوفير فيه حتى 4600آرو ولا تفرض عليه ضرائب حيث تم الإكتتاب في أكثر من 900000دفتر خلال العامين الفارطين (2000 الى 2002)[4].

من 00 100 1دفتر في نهاية ديسمبر 2003[5]

- دفتر الشباب متعدد الخدمات livret Jeune Mozaic (LJM) :

يستطيع الشباب فتح هذا النوع من الدفاتر من سن 12 سنة حتى 31 ديسمبر لعام 25 سنة ، ويتم تعبئته حسب نمط الدخل كما يتم سحب الأموال في أي وقت من الشبابيك الخاصة بوكالته (وهذا بترخيص من الوالدين – إذا كان صاحب الدفتر أقل من 16 سنة) وأن لا يتعدى المبلغ المسحوب 1600آرو

---

[1]-credit agricole , Epargne, Constituer votre Epargne, Op.Cit
[2] - Credit Agricole, Epargne : percevoir des revenus, sit : http://www.credit-agricole.fr/pourvous/particuliers/epargne-percevoir.shtml
[3] - Crédit agricole, Epargne : Constituer votre Epargne. Op.Cit
[4]- credit agricole , rapport annuel 2004 , p 20 , sit http://www.credit-agricole-sa.fr/images/documents2/1_f229361115885336.pdf
[5]Credit agricole , Rapport annuel 2003, P24 Sit : http://www.credit-agricole-sa.fr/images/documents2/1_f164631084533870.pdf

وفي حالة إمتلاك صاحب الدفتر لبطاقة Mozaic للسحب يستطيع السحب من DAB باستخدام الرمز السري، ومن شروط التعامل بهذا الدفتر ترك على الأقل مبلغ 15 آرو في رصيد الدفتر[1].

بالإضافة إلى القروض التي يعرضها للشباب ما بين 18 إلى 25 سنة والتي لها مميزات خاصة فيما يخص معدل الفائدة، طريقة التسديد ، ...إلخ.

3- النتائج المحققة في الإدخار :

حقق البنك الفلاحي من خلال صناديقه الجهوية في مجال الادخار نتائج جيدة، نتيجة لتقديمه مجموعة مختلفة من الخدمات التي تتماشى مع حاجات ومتطلبات المتعاملين -كما سبق وأن رأينا – حيث أنه فتح أكثر من 190000 حساب جديد للخواص في سنة 2003 [2]، كما وصل عدد الودائع الجارية الى أكثر من 12600 وديعة جارية عام 2004[3] .

ويمكن تلخيص حجم المدخرات في الجدول التالي :

جدول رقم14 :حجم الادخار في البنك (مليون آرو)

السنوات / نوع الودائع	2002	*2003	*2004
الجاري	67405	76012	83877
لأجل	101478	104192	105459

source : credit agricole , état financière 2004 2004,p137 sit :
http://www.credit-agricole-sa.fr/images/documents2/1_f321961110350929.pdf

وهذه المدخرات مقسمة أغلبها مابين الخواص والمهنيين والمؤسسات كما يبينها الجدول التالي :

جدول رقم15 : توزيع المدخرات في البنك (مليون آرو)

السنوات	2002	*2003	*2004
الخواص والمهنيين	214133	224062	228633
المؤسسات	69744	73703	76559
المجموع	283877	297765	305192

Source : credit agricole, état financière 2004 , p 137,sit :
http://www.credit-agricole-sa.fr/images/documents2/1_f321961110350929.pdf

[1]- Credit agricole, livret jeune Mozaic, Sit :
http://www.ca-MoZaic.com/banq/offre.jsp?nav=banq&ssnav=offre&sup=Maestro

[2] - Credit agricole , Six pole métiers , p16 ,sit :

[3]- credit agricole ,document de référence 2004, op cit; p 14

* هذه النتائج مضافة أليها حجم المدخرات الناتجة عن الإندماج مع بنك القرض الليوني التي تمت سنة 2003

يبين الجدولين النتائج الجيدة التي حققها بنك القرض الفلاحي في مجال الادخار، حيث أنه عرف زيـادة معتبرة في هذا المجال، وهذا يرجع أساس لسياسة التنويع التي تتبعها الصناديق الجهوية فـي مجـال الإدخار والمتماشية مع حاجات العملاء والتي ساعدتها على إستقطاب هذا الحجم من الودائع بالإضافة الى ادخلها أحدث التقنيات في تقديم أغلب الخدمات وكذا سهولة الإتصال بالبنك مـن خـلال القنـوات المتعددة التي توفرها .

المطلب 2 :الإستراتيجيات الحديثة في اللإقراض :

يعرض القرض الفلاحي من خلال صناديقه الجهوية وفروعها المختلفة للمتعاملين معهم مـن خـواص مهنيين، تجار، الجماعات المحلية كل أنواع القروض وفي مجالات مختلفة، عبر العديد مـن القنـوات (الوكالة، الإنترنيت، الهاتف، المنتال ، ...إلخ) ويتم الحصول على مبلغ القرض من الوكالـة مباشـرة (نقدا) أو إستعمال التحويلات الإلكترونية ما بين الحسابات وهذا حسب أوامر صاحب القرض.

وسنتناول في هذا المطلب عرض بعض أنواع القروض الممنوحة والنتائج التي المحققة في كل نوع.

1- أنواع القروض :

إخترنا في عرض القروض معيار تقسيمها على حسب طبيعة النشاط الممول.

1-1- القروض الفلاحية : Les crédit Agricultures

يعتبر بنك القرض الفلاحي أول ممول للفلاحة في فرنسا، حيث يوجد حـوالي 10/9 مـن الفلاحـين يثقون بالبنك في متابعة نشاطاتهم الفلاحي والمهنية [1] ، ولأجل تحقيق هدف البنك في متابعة عملائـه وتقريب المعرفة الأكثر عمق في هذا المجال عمل على تدعيم الوكالات والصناديق الجهوية المتـوفرة عبر كل التراب الفرنسي بمرشدين مختصين، كما أنه يعرض العديد من الخدمات التـي تتماشـى مـع حاجات الفلاحين بالإضافة الى قدرته الكبيرة في تمويل مختلف الأنشطة المتعلقة بالفلاحة ونتيجة لكـل هذه العوامل حقق النتائج التالية :

- وصلت حصته السوقية في تمويل النشاط الفلاحي على المستوى الوطني بالرغم من وجـود العديـد من المنافسين إلى 85% سنة 2003[2] بعد ما كانت 80% سنة 1999[3] .

- حقق نتيجة توسعه في الخارج إرتفاع في الإنتاج بـ 17% سنة 2004[4].

---

* هذه النتائج مضافة أليها حجم المدخرات الناتجة عن الإندماج مع بنك القرض الليوني التي تمت سنة 2003

[1] - Crédit agricole, un groupe au service des agricultures , sit : http://www.credit-agricole.fr/vousetes/agriculteurs.shtml

[2] - Crédit Agricole Six pole métiers , p14 sit :

[3] - François barboux, lestatut barboux en question –cas de :credit agricole- , Op.Cit, p 28

[4] -credit agricole S.A , rapport annuel, 2004, Sit : http://www.credit-agricole-sa.fr/images/documents2/1_f206561112340278.pdf

- في إطار دعم البنك لنشاط الفلاحي و تنويع الخدمات المقدمة، عمل على دمج في عقد واحد العديد من الخدمات التي ساعدته على زيادة حجم إستخداماته، فلو أخذنا التأمين على سبيل المثال لوجدنا أنه يوجد 7000 فلاح طلب عقد التأمين على الفلاحة و40000 عقد ممضي محققة 28% من الحصة السوقية في مجال التأمين على الفلاحة سنة 2002 [1] .

1-2- القروض الاستهلاكية :

تعرض الصناديق الجهوية وفروعها المختلفة العديد من أنواع القروض الاستهلاكية التي تتماشى مع حاجات المتعاملين من كل الفئات ومن بينها :

- السحب على المكشوف من خلال بطاقة الائتمان.
- قروض لتسديد نفقات الخدمات العامة.
- قروض للحصول على عقد التأمين على الحياة والمخاطر المختلفة .

كما نجد البنك يعرض كل سنة أنواع جديدة من القروض تتماشى مع موارده المالية، فمثلا في 2005/01/01 عرضت الصناديق الجهوية منتوجات جديدة في مجال القروض الاستهلاكية القابلة لتجديد والتي تبقى سارية المفعول حتى 2005/12/31 منها:

- قروض من 1500أرو إلى 21500 أرو لأجل التمويل دون الحاجة لإدخار المناسبات بمعدل فائدة 8,90% سنويا وثابت بالنسبة لأول استعمال، ويخفض هذا المعدل مع زيادة طلبه.

يتم تسديد هذا القرض شهريا بمقدار 38آرو[2] ، بالإضافة الى الخدمات المتنوعة المصغرة (services micro mozaic) التي تعرض للطلبة المتعاملين مع النبك عن طريق الهاتف النقال العديد من أنواع القروض، مثلا إمكانية الحصول على قرض بغرض شراء جهاز كمبيوتر بمعدل فائدة سنوي يقدر ب 2,90% لمبلغ 1000 أرو ولمدة 12 إلى 36 شهر[3] .

- قروض الأشغال (Le prêt travaux) يتم تمويلها إبتداءا من 3800آرو وذلك بدفع مبلغ 36آرو إلى 84آرو في الشهر بمعدل فائدة من 5,50% إلى 8,85% وهذا على حسب حجم القرض [4] .

- نتيجة لهذا التوسع والتنويع في مجال منح القروض الإستهلاكية حقق البنك عن طريق صناديقه

---

[1] -credit agricole S.A ,rapport 2002, p 21 sit : http://www.credit-agricole-sa.fr/images/documents2/1_f11961075287366.pdf

[2]- Sofinco, , la réserve couleurs, janvier 2005, sit : http://www.sofinco.fr/offres/?p1=00000131

[3] -Crédit Agricole ,lance Mozaic micro ,CA 2004;sit : http://www.credit-agricole.fr/espace-presse/archives/mozaic-micro--une-offre-destinee-aux-etudiants-pour-financer-un-ordinateur-portable-pour-moins-d-un-euro-par-jour/index.shtml ou bien le sit : http://www.credit-agricole/actualites/actualites.php?langue_site=1&cle=383

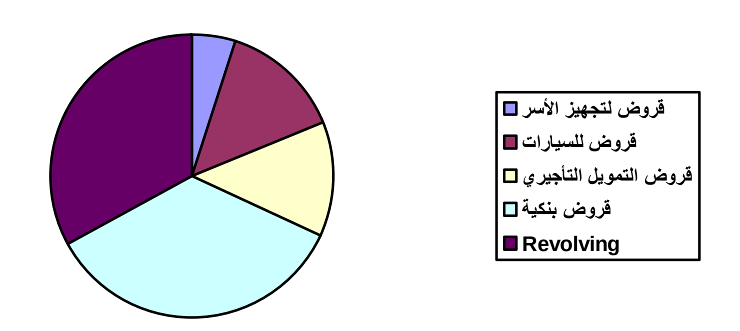
[4] - Sofinco, la réserve couleurs, janvier 2005, http://www.sofianco.fr/offres/?p1=00000001-

الجهوية وفروعها المتمثلة في Sofinco ، Finaref * والتي بلغ عدد عملائها في فرنسا 9,5مليون سنة 2003، كما أنها توجد في الخارج في 8 بلدان أوروبية [1] النتائج التالية :

- حققت زيادة قدرها 44% من القروض الإستهلاكية نتيجة للتوسع في الخارج.

- إحتل القرض الفلاحي المرتبة الأولى في القروض الإستهلاكية سنة 2003 [2] بعد ما كـان يحتـل المرتبة الثانية في كل من فرنسا وأوربا سنة 2002[3] . كما منحت Sofinco سنة 2002 العديد مـن القروض يمكن تلخيصها في الشكل التالي :

شكل رقم15 : تقسيم القروض الممنوحة من طرف Sofinco



source : crédit agricole S.A ; Rapport Annuel 2002 ,P23 ، sit :

http://www.credit-agricole-sa.fr/images/documents2/1_f11961075287366.pdf -

من خلال الشكل نلاحظ أن القروض التي تمر عبر شبكة الصناديق الجهوية تمثل أكبر نسبة و هذا يدل على أن حجم التعامل الواسع مابين الصناديق الجهوية ووكالتها المتعددة وSofinco، بالإضافة إلى أن Sofinco خصصت سنة 2004 ما يقدر بـــ 2,4 مليـار أرو للمنتجـات الجديـدة مـن القـروض الإستهلاكية التي تمنحها الصناديق الجهوية، وهذا يساعد البنك في تمويل زبائنه وبالتالي زيادة الحصـة السوقية مما يؤثر إيجابا على مردودية البنك .

1-3- القروض الموجهة للجماعات المحلية (Collectivités locales) :

لتوفير هذه الخدمة على أحسن وجه يعمل بنك القرض الفلاحي على تكريس حوالي 140 مكلف وخبير في مجال تمويل المشاريع الاستثمارية الخاصة بالجماعات المحليـة [4]، منهـا التمـويلات المختصـة Financements spéciale (الخاصة بالمحيط من طرف فرع Sofergie ، الإعلام الآلي،...إلـخ).

* مختصة في بيع وتوزيع المنتجات المالية ، القروض الإستهلاكية ، التأمين على الأشخاص والممتلكات

[1] credit agricole S.A , Rapport annuel 2004, Op cit , p4

[2]- Ibid , p 5

[3] - Ibid , p73

[4] Crédit Agricole, Crédit Agricole un groupe au service des collectivités locales, 2002, Sit : http://www.credit-agricole.fr/vousetes/collectivites.shtml

بالإضافة إلى خدمات أخرى كمراقبة البنك لخدمات إقامة الإنترنيت في المدارس الداخلية، التحضــيرة الأقسام الأساسية، مساعدة المدارس في تنظيم الدروس الخصوصية، وكذا تقديم العديد مــن الخــدمات للجامعاتو التجمعات الرياضية وهذا ما تم سنة 2002 حيث يعتبر بنك القرض الفلاحــي أول ممــول للمترشحين في الألعاب الأولمبية Olympique لسنة 2012 إلى جانب 14 مشاركين آخرين[1].

1-4- قروض أخرى :

يمنح البنك بالإضافة الى الأنواع السابق قروض للمهنين، للمؤسسات ، قــروض ســكنية و التــأجير التمويلي، ولقد حقق النتائج التالية :

1-4-1- النتائج المحققة في تمويل المؤسسات

بلغ حجم عملاء الصناديق الجهوية من المؤسسات المتوسطة والصغيرة نسبة31% سنة 2003[2] بعد ما كانت 25% سنة 2002 ، وهذا يرجع أساسا لكفاءتها وقدرتها العالية في التمويل، حيث ساعدت البنــك على احتلال المرتبة الأولى في تمويل المؤسسات سنة 2002 بحصة سوقية تقدر بـــ 12,6%[3]، كمــا أنه احتل المرتبة الأولى سنة 2003 بزيادة في الحصة السوقية قدرها 0,7% عــن الســنة الماضــية (13,3%)[4].

أما فيما يخص توظيفه في المؤسسات من خلال الأوراق المالية فقد وصلت حصته من السوق الماليــة إلى 18% سنة 2003 وحققت هذه النتائج نتيجة لعدة أسباب :

- ا لمجموعة المتنوعة من الخدمات التي تعرضها للمؤسسات
- سهولة الحصول على الخدمة من خلال الوكالات المختلفة وكذا عبر القنوات الإتصال عن بعد
- تخصيص 161 وكالة مختصة في تمويل المؤسسات المختلفة وكذا 1500 مساعد أو مرشد وخبير مختص في المجال سنة 2002[5] .

1-4-2- النتائج المحققة في الأنواع الأخرى :

حقق البنك عن طريق صناديقه الجهوية وفروعها المختلفة أكبر حصة سوقية فيما يلي :

- قروض الإسكان حيث ارتفعت بـــ 12,9% سنة 2004 عن السنة الماضية [6] ، كما وصلت نسبة

---

[1] - Credit Agricole, partenariats, la France pays olympique en 2012? , sit : http://www.credit-agricole.fr/partenariats/index.shtml

[2] -Credit Agricole, le métiers de proximité en France des caisse régionales de credit Agricole, Fin 2003, Sit : http://credit-agricole.fr/legroupe/fr/metiers/banque-proximité-credit-agricole.shtml

[3] - credit agricole S.A , rapport annuel 2002, Op.Cit , P20

[4] - Crédit Agricole, un groupe au service des entreprise, 2003, Sit: http://credit-agricole.fr/wousetes/entreprise.shtml

[5] -Credit agricole S.A ,rapport annule 2002 , op cit , p 22

[6] -credit agricole S.A , Rapport annuel 2004, Op.Cit p14

الحصة السوقية إلى 23,8% سنة 2003[1].

- وقد وصلت الحصة السوقية لقروض الموجهة للمهنيين إلى 26% سنة 2003[2].

- إحتل بنك القرض الفلاحي المرتبة الأولى في التمويل التأجيري سنة 2003.

بالإضافة الى إرتفاع القروض المتوسطة وطويلة الأجل الى 6,4% بما يعادل 3,3مليار أرو سنة2002[3] و إرتفعت الى 5.6%أي ما يعادل 5,6 مليار سنة 2003[4]كما منحت 50 مليار أرو في نهاية 2004 بإرتفاع قدره 18% عن السنة الماضية.

2- حجم القروض الممنوحة من طرف الصناديق الجهوية :

يمكن تلخيصها حجم القروض الممنوحة لمختلف القطاعات في الجدول التالي :

جدول رقم16 : حجم القروض الممنوحة من طرف الصناديق الجهوية بمليار آرو

السنوات / أنواع القروض	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
قروض السكن	72,55	78,86	83,5	87,4	93,2	103,7	117,1
قروض استهلاكية	9,78	16,26	17,6	19,4	20,1	14,1	14,6
قروض فلاحية	24,55	25,32	25,3	25,1	25,7	27,2	28,3
قروض مهنية	15,86	14,87	15,3	15,6	16,1	18,6	19,4
قروض للمؤسسات	24,62	29,55	29,6	31,7	34,1	35,6	37,7
قروض الجماعات المحلية	14,08	15,79	15,7	16,6	17,3	19,7	21,9
قروض Crédit-bail	/	/	5,0	5,8			
قروض أخرى	1,95	4,66	3,0	3,1			4,0
مجموع القروض	163,39	151,1	195,0	204,7	206,5	218,9	243
نسبة الزيادة			زيادة 5%		زيادة 7,1%	زيادة 8,8%	

المصدر: إعداد الباحثة [5]

من خلال الجدول يتبين لنا أن القروض التي يمنحها الصندوق الجهوي في تزايد مستمر وهذا يرجع إلى عدة أسباب يمكن تلخيصها فيما يلي :

- عرض البنك العديد من أنواع القروض التي تتماشى مع حاجات كل فئات المتعاملين معه، بالإضافة إلى القروض الكلاسيكية .

---

[1]Credit -agricole S.A , Rapport annuel 2004, Op.Cit p14
[2] - Credit Agricole, données financiers,2002 , Op. Cit
[3] -credit agricole S.A ;rapport annule2002 ;op cit ;p 21
[4] -credit agricole S.A ;rapport annule2003 ;op cit ;p 17
[5] إعتماد على نتائج من :
credit agricole , rapport annuel, 2004 op cit P14 ,et Et rapport annuel d'activiter2001, p 13
credit agricole rapport annuel 2002;op cit p23 , etFrançois babourse , op cit p27

- إستراتيجية التسويق الجيدة التي يتبعها البنك في التعريف بمنتجاته من خلال شبكة الصناديق الجهوية الوكالات، الإنترنيت، المنتال، الهاتف ، ... إلخ.

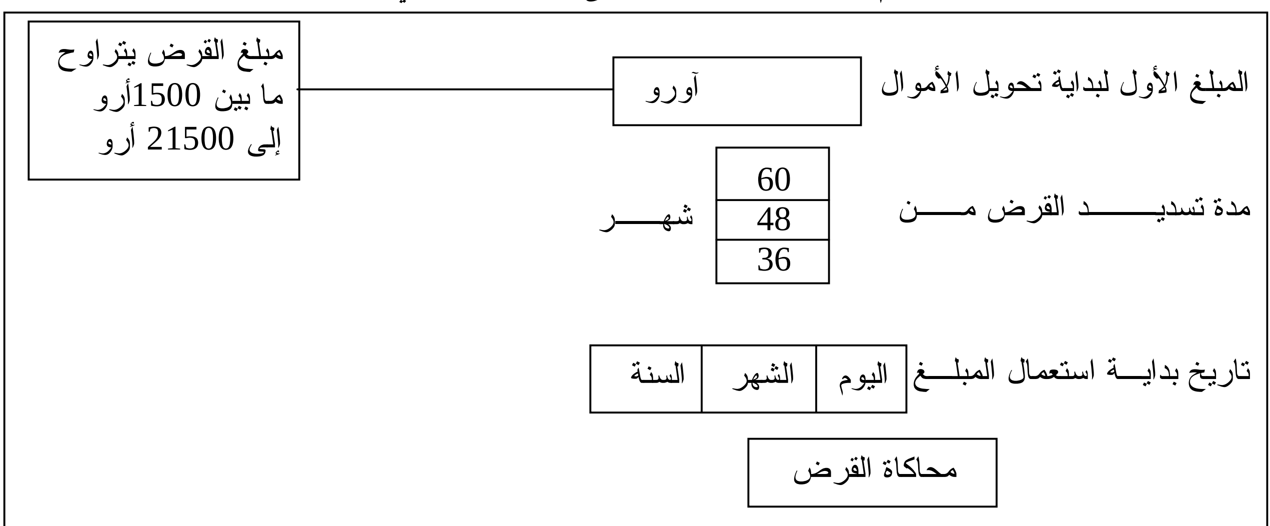
- تدعيم كل الخدمات المقدمة من القروض بخبراء ومختصين في مجال الإقراض.

- تسهيل إجراءات الحصول على القروض وكذا صرفها من خلال استعمال بطاقات البنكية المختلفة أو باستخدام خدمة التحويلات الإلكترونية المحلية والدولية.

- تخفيض البنك لمعدل الفائدة .

-التوسع الكبير الذي يشهده البنك من خلال شبكة الصناديق الجهوية، وفروعــه الموجــودة فــي كــل الوطن وكذلك استعماله للقنوات التوزيع عن بعد في عرض أنواع القروض وفي طلب الحصول عليها وتحديد كل الإجراءات الخاصة بها، حيث بلغ طلــب القــروض عــن طريــق الأنترنيــت حــوالي 20000مليون طلب في الشهر سنة 2002 [1]، وهذا يرجع لسهولة إجراءات طلب القرض عن طريقه فمثلا لو أخذنا إجراءات طلب القرض الإستهلاكي عن طريق الخط لوجدنا أن يمتاز ببساطة وســهولة عالية وهو كما يبينه الشكل التالي :

الشكل رقم16 : طلب الحصول على قرض إستهلاكي عن طريق الإنترنيت Sofianco



Source: Sofinco ,demande des crédits en ligne, sit :
https://www.transcred.com/VENTE/vente.asp r

بعد تعبئة النموذج ينقر الزبائن على محاكاة القرض لتحديد باقي المتطلبات من سعر فائــدة ، القســط المدفوع، طريقة تسديد القرض، طريقة السحب والوسيلة المستخدمة .... الخ .

إن بساطة النموذج المعروض للحصول على القرض عامل مساعد على زيادة حجم الطلبات .

---

[1]- credit agricole S.A , rapport annuel 2002 , op cit , p23

-كما حقق نتائج جيدة فيما يخص الاستخدامات غير النقدية يمكن تلخيصها في الجدول التالي :

جدول رقم17 : حجم الاستخدامات غير النقدية في البنك بمليون أرو

السنوات / أنواع الإستخدامات غير النقدية	2002	*2003	*2004
فتح الإعتمادات المستندية	/	2505	4793
قروض بتوقيع Credit confirmé	26272	81343	88767
التأكيد على فتح الإعتمادات المستندية	1771	1522	1345
الكفالة ، l'Aval ، ضمان أخرى	6510	12834	19697

Source : credit agricole , document de référence 2004 ,p143 sit :

. http://www.credit-agricole-sa.fr/images/documents2/1_f285471111511663.pdf

من خلال الجدول نلاحظ أن حجم الاستخدامات النقدية في تزايد مستمر مما يؤكد على القدرة الكبيرة للبنك في التحكم فيها وهذا من خلال الخبراء في هذا المجال بالإضافة الى استعمال الوسائل الالكترونية المختلفة في تسوية العاملات الخاصة بالاعتماد المستندي.

المبحث2 :الخدمات المصرفية الالكترونية في القرض الفلاحي :

عمل القرض الفلاحي على مسايرة التطورات الحاصة في تكنولوجيا الاعلام والاتصال من خلال عرضه للعديد من الخدمات المصرفية عن بعد، وسنعرض في هذا المبحث مختلف القنوات المستعملة والخدمات المقدمة من خلالها، ثم بعد ذلك نتطرق الى الخدمات الالكترونية المختلفة التي تعرضها الصناديق الجهوية وفروعها مركزين الدراسة على أدوات الدفع باعتبارها أكثر الخدمات استخداما .

المطلب 1 : الخدمات المصرفية عن بعد في القرض الفلاحي الفرنسي :

تستعمل الصناديق الجهوية كل قنوات الإتصال عن بعد – التي سبق وأن رأيناها – في تقديم خدماتها المصرفية وسنعرضها في هذا المطلب كما سنتعرف على مختلف الخدمات المقدمة من خلالها.

1- القنوات المختلفة المستعملة :

يستعمل القرض الفلاحي كل القنوات التي عرفنها في الفصل السابق حيث يوجد أكثر من 240 مليون عميل يتصل بالبنك عبر العديد من القنوات المعروضة سنة 2003[1] ، بعدما كان 1 مليون

* هذه النتائج مضافة إليها النتائج التي حققها البنك نتيجة إندماجه مع بنك القرض الليوني سنة 2003

[1]- credit agricole S.A , rapport annuel 2003 , op cit , p 16

سنة 2002[1] وهذا ما أدى الى تضاعف الطلب على الخدمات البنكية المختلفة .

1-1- إستخدام DAB / GAB :

بدأ بنك القرض الفلاحي إستعمال GAB سنة 1983 حيث كانت أول تجربة له في مجال الخدمات المصرفية عن بعد، وفي بداية إستعماله كان العميل يعلم فقط من خلاله برصيد الحساب، تقبل الودائع النقدية يحصل الشيكات و يحول طلب دفتر الشيكات إلى الوكالة كما يقدم معلومات للبنك على الزبون بعد ذلك تم إدخال DAB الذي يقدم للعميل الحامل لبطاقة بنكية الخاصة بالقرض الفلاحي العديد من الخدمات لمدة 24/24 سا وكل أيام الأسبوع بكل طمأنينة وراحة – سنتعرف عليها لاحقا -.

2-1- الإتصالات الهاتفية :

في سنة 1986 قام القرض الفلاحي بتحسين الشبكة الإتصالية من خلال إقامة مراكز هاتفية جديدة Nouvelles centrales téléphoniques، وكذا ربط 8 وحدات أو طرفيات بالمنتال، كما عمل البنك في نفس هذه الفترة على ربط الصناديق الجهوية بالبنك الأم (C.A.S.A) من خلال شبكة الساتليت التي سمحت لهم القيام بالعمليات التالية :

- الطلب المباشر لدفتر الشيكات.
- العبور لإجراء عمليات في البورصة بإستخدام وتحويل أغلب المعلومات والأوامر المالية المباشرة.

أما في الوقت الحالي ونتيجة لرغبة الصناديق الجهوية في تحسين أدائه وتلبية رغبات عملائه فلقد عمل على توفير العديد من الخطوط الهاتفية، كل واحد فيها مختص بتقديم خدمة معينة وذلك من خلال إدخال الرمز الشخصي والإتصال البسيط بأحد الخطوط للبلوغ إلى الرصيد وكذا معرفة آخر ثلاث عمليات قام بها المتعامل[2] بالإضافة إلى خدمات أخرى، ولقد وصل عدد المكالمات الهاتفية التي تصل إلى البنك 6 مليون مكالمة في الشهر سنة2001 [3] ، ومن بين هذه الخطوط نذكر ما يلي [4] :

1-2-1- خط النصائح والإرشادات Fil Contact :

يمكن للمتعاملين مع الصناديق الجهوية الإتصال بها عن طريق هذا الخط للحصول على نصائح وإرشادات في مجال الإستثمار أو الإقراض هو : 12-12-0.82.10.8*

---

[1] - credit agricole S.A ;rapport annule 2002 , op cit ,p 20
[2] - Credit Agricol, Acceser directement a vos comptes, 2002, sit : http://www.credit-agricole.fr/pourvous/particuliers/quotidien-accéder.shtml
[3] - credit agricole S.A ;rapport annule 2001 , op cit ,p 14
[4] - Credit agricol, credit agricol en ligne, sit : http://www.01.net.com/article/257439

* هذه المعطيات - الأرقام- خاصة بالصندوق الجهوي للجنوب الشرقي للقرض الفلاحي "Côte D'azur "

1-2 -2- الخط الأخضر Fil Vert :

من أجل مسألة حساب الجاري ومعرفة الرصيد وآخر العمليات التي قام بها العميل يتم الإتصال الخط الذي يحمل الرقم التالي : 63-63-089765 *

1-2-3- إستخدام الهاتف النقال :

تم عرض خدمة SMS من طرف الصناديق الجهوية سنة 1998 ، حيث كانت أول عملية له إرسال للعملاء مختلف المعلومات عن رصيد حسابهم، ولقد لقت هذه الخدمة إقبال كبير من طرف الشباب ما بين 15 إلى 25 سنة حيث أنهم يستعملونها في الحصول على بيان أو كشف لرصيد الحساب، التعرف على بعض المعلومات، معرفة آخر العمليات المتعلقة بالحساب، التعرف على أسعار البورصة بالاضافة إلى لائحة المدفوعات المؤجلة لكل بطاقة (آخر سعر) وهذه الخدمة محدود باستعمال 160 رمز أو حرف بتكلفة 0.15 أرو(مهما تكن العملية رسالة قصيرة أو تضم 160 حرف)[1].

1-3- خدمات المنتال :

يستطيع عملاء القرض الفلاحي الحصول على العديد من الخدمات بإستعمال المنتال 3615 (CaPCA)* أو المنتال المتصل بالإنترنيت ، حيث حقق البنك المرتبة الأولى في خدمات المنتال ب 4مليون فحص في الشهر سنة 2001 [2] .

1-4- التلفزة الرقمية :

بإمكان المتعاملين مع القرض الفلاحي الحصول على العديد من الخدمات وهم في منازلهم بإستخدام التلفزة من خلال TPS رقم 89 * وكذا قناة الساتليت : Canal Satellite 180 * .

1 -5 - الإنترنيت :

يوفر القرض الفلاحي لعملائه موقع عام خاص بالبنك يعرض فيه مختلف الخدمات التي يقدمها لهم هو www.ca-pca.frبالإضافة إلى أنه يعرض مواقع خاصة أخرى كالمواقع الخاصة بالمؤسسات فمثلا من أجل معرفة الحساب البنكي للمؤسسة وإرسال المعلومات المختلفة لجهات أخرى[∇] يتم الاتصال بالموقع الخاص بتوفير الخدمة وهذا بالإتفاق مع الصندوق الجهوي الخاص بالمتعامل.

وكذا تستطيع المؤسسات خلق التوقيع الإلكتروني الخاص بها وهذا بالاتفاق مع القرض الفلاحي من خلال الإتصال بهذا الموقع : www.ca-certificat.com

---

* هذه المعطيات - الأرقام- خاصة بصندوق الجهوي للجنوب الشرقي للقرض الفلاحي Côt D'azur "

[1]-Crédit Agricole, SMS un monde de service, janvier 2004,
Sit : http://www.credit-agricole.fr/ca/magazine/banque/sms--un-monde-de-services/

[2]- credit agricole S.A ;rapport annule 2001 , op cit ,p 14

[∇] خدمة نقل المعلومات تعرضها EDI على web

- الحصول على خدمة تصريف العملة من خلال الموقع :

https://www.e-banking.calyon.com/ca-change/

- الحاجة إلى المساعدات الدولية التي توفرها intrexe تتم من خلال الموقع :

http://www.interex.fr/

- تسيير المحفظة المالية التي يوفرها الفرع Asset Management على الموقع التالي :

www.ca-assetmanagement.fr

- الحصول على خدمات الإدخار من الموقع : / www.ca-els.com.

- من أجل تسيير الممتلكات والحصول على تمويل يتم من الموقع

http://www.calyon.com/webcalyon/en/calyon.html

بالإضافة إلى فروع أخرى توفر العديد من الخدمات على المواقع الخاصة بها[1].

1-6- قناة تربط بين الهاتف النقال والإنترنيت WAP :

تم توفير هذه الخدمة من طرف البنك منذ 3 سنوات بالتعاون مع شبكة الإتصالات SFR و Orange من أجل عرض خدمات تتناسب وحاجة المتعاملين وهذه الخدمة تعرضها 12 صندوق جهوي فقط سنة 2004 [2].

2- الخدمات التي يعرضها البنك عبر مختلف القنوات :

يمكن تلخيص مختلف الخدمات التي تعرضها الصناديق الجهوية عبر قنوات الإتصال عن بعد المختلفة في الجدول التالي :

---

[1] -Credit agricole, un groupe au service des entreprise, 2002, sit : http://www.credit-agricole.fr/vousetes/entreprises.shtml

[2] -Le credit Agricole, saute le pas de la vante de produit financiers en ligne , 10/10/2004, sit: http://www.journaldunet.com/0410/041001creditagricole.shtml

* يستخدم نفس الرمز الشخصي في كل القنوات للحصول على هذه الخدمات

جدول رقم18 : الخدمات المختلفة المقدمة عبر قنوات الإتصال عن بعد :

الخدمات المصرفية المختلفة *	الإنترنيت	المنتال	التلفزة الرقمية	الهاتف
1/ خدمات الفحص (Consulter)				
+ خدمات الفحص على الحساب				
- فحص حسابات الإدخار	نعم	نعم	نعم	نعم
- فحص البطاقات وكل ما يتعلق بها	نعم	نعم	نعم	نعم
- فحص السحب على المكشوف المسموح به	نعم	نعم	/	نعم
- معرفة آخر العمليات	نعم	نعم	/	نعم
+ القروض				
- فحص القروض وطريقة إستهلاكه	نعم	نعم	/	نعم
- محاكاة القرض من خلال تجديد سعر الفائدة، تاريخ الإستحقاق، المقدار	نعم	نعم	/	نعم
+ البورصة :				
- معرفة أسعار المحفظة المالية من أسهم وسندات وتحديدها.	نعم	نعم	/	نعم
- أوامر للبورصة	نعم	نعم	/	نعم
2/ الخدمات الشخصية Personnaliser				
- تغير الرمز الشخصي.	نعم	نعم	نعم	نعم
- إعطاء أوامر الدفع لحساب آخر	نعم	نعم	نعم	نعم
- التحويلات الداخلية (المباشرة أو تحديد تاريخ إستحقاق لاحق)	نعم	نعم	/	نعم
- فتح فحص وتسير (التعويضات – التوقفات الشهرية)	نعم	/	/	نعم
3/ التأمين على المخاطر (Pacifica)				
- طلب فحص السيارة أو المسكن للحصول على عقد التأمين	نعم	/	/	نعم
- طلب الإكتتاب للتأمين على الحوادث اليومية (Accidents de la vie)	نعم	/	/	نعم
- تبليغ بوقوع الحادث	نعم	/	/	نعم
- الإستمارة الخاصة بطلب المعلومات والإتصال بالبنك في مجال الحصول على التأمين.	نعم	/	/	/
- التأمين على الحياة (Predica)	نعم	/	/	/
-الحصول على تأمين Predica الشامل والمفصل.	نعم	/	/	/
-الإكتتاب في عقد التأمين	نعم	/	/	/
4/ الخدمات العملية Service Pratique				
- تعبئة بعض العمليات	نعم	/	/	/
- البريد من CRCA بإتجاه العميل.	نعم	/	/	/
- تنبيه بإستخدام البريد الإلكتروني أو على	نعم	نعم	نعم	/

التلفزة فيما يخص : الرصيد ، البطاقات. - طلب المعلومات على المنتجات العمولات، الإتصال بالبنك Contact. - التحويلات الخارجية ما بين البنوك - التحويلات الحرة الخاصة بعقد التأمين Predica	نعم نعم نعم	/ / نعم	/ / نعم	/ / نعم

Source : crédit agricole, crédit agricole en ligne :sit
http://www.credit-agricole.fr/ca/magazine/banque/credit-agricole-anligne/print.shtml

نتيجة لتنوع الخدمات المعروضة عن بعد أصبح البنك زعيم في سوق الخدمات على الخط ، اذ يبين الجدول أعلاه بأن البنك يعرض كل الخدمات عن طريق الأنترنيت وهذا يرجع أساسا لمميزات هذا الأخير وكذا زيادة الطلب على الخدمات من خلاله، أما بالنسبة لقناة الهاتف فيعرض البنك إلى عملائه 64% من الخدمات وهذا يرجع أساس إلى تنوع طرق البلوغ إلى البنك بواسطة الهاتف، كما يعرض حوالي 52 % من خدماته عبر قناة المنتال و24% من الخدمات عبر التلفزة الرقمية، وبالتالي يمكن القول بأن الأنترنيت يعتبر أهم قناة في عرض الخدمات إذ أن إستخدام موقع البنك إرتفع من 15 مليون مستخدم الى 2 مليون سنة 2004 [1] .

- كما لاحظنا أن معدل تغطية الخدمات عن بعد في تزايد وهذا كما يبينه الجدول التالي :

جدول رقم19 : معدل التغطية في الخدمات عن بعد

السنوات	2001	2002	2003	2004
معدل التغطية %	5,9	11.63	13.02	13.3

المصدر : من إعداد الباحثة [2]

إن معدل تغطية الصناديق الجهوية للخدمات المصرفية عبر الخط في تزايد مستمر مما يدل على قدرتها الكبيرة على التحكم في المخاطر الناجمة عنها وكذا عملها المستمر على عرض الخدمات

[1] - Le journal du net , Le Crédit Agricole saute le pas de la vente de produits financiers en ligne; op. cit

[2] - اعتمادا على نتائج من :

Journal du net :
-credit agricole se démarque , vendredi 21 juin2002 sit :
http://www.journaldunet.com/0206/0206221/nielsembanques21
-Banque en ligne –la société générale bénéficie de l'effet bourse rama, sit
http://www.journaldunet.com/0304/030423nielsenbangues.shml
Et le credit agricole écrase ses concurrents ,sit , http://www.journaldunet.com/0403/040316banques.shtml

بكفاءة عالية من خلال القنوات المختلفة وذلك من خلال إدخالها أحدث أنظمة التأمين من المخاطر في التعامل .

المطلب 02 : أدوات الدفع المعروضة من طرف بنك القرض الفلاحي :

سنحاول في هذا المطلب التطرق إلى أهم أدوات الدفع المعروضة من قبل الصناديق الجهوية وفروعها المختلفة وكذا فرع البنكCEDICAN* مركزين الدراسة على البطاقات المصرفية بإعتبارها أهم أداة وأكثرها إنتشارا في فرنسا.

1- البطاقات المصرفية الممنوحة من الصناديق الجهوية وفروعها :

بالإضافة إلى الخدمات التقليدية التي توفرها البطاقات المصرفية عمل بنك القرض الفلاحي على ضم أو دمج العديد من الخدمات وكذا العديد من المزايا لحامل البطاقة وهي تختلف من بطاقة إلى أخرى ومن بين هذه البطاقات ما يلي :

1-1 - بطاقات قولد ماستركارد : Carte gold Mastercard

توفر كل المزايا الخاصة بأدوات الدفع العملية والمضمونة كما أنها تتميز بما يلي [1]:

1-1-1- قدرة الدفع والسحب الموسعة على كل العالم :

يستطيع حاملها السحب حتى 900أرو في فرنسا من كل الموزعين الآليين للنقود الخاصين بشبكة البطاقات البنكية (CB) ، أما في الخارج فيستطيع سحب 1500آرو بالعملة المحلية للبلد في الموزع آلي مكتوب عليه رمز Eurocard, Mastercard ، وهذا خلال مدة 7 أيام، كما يستطيع صاحبها التصرف بشكل واسع حتى الحد الأقصى لحسابه و حتى وإن كان حسابه مدين.

وكذلك إمكانية دفع المشتريات الصغيرة من خلال النقود الإلكترونية المعبئة بها.

1-1-2 - خدمات التأمين :

توفر لحاملها كل خدمات التأمين الخاصة بالسفر، كما يستفيد صاحبها من التأمين على الثلج والجبال إذا أنه مغطى في حالة تحقق الحادث حتى 310000آرو.

1-1-3- خدمات متعلقة بالسفرو الحياة اليومية للعميل :

توفر الصناديق الجهوية وفروعها العديد من الخدمات لحاملها منها:

- يتحمل خدمات حجز المكان من خلال إتصال بسيط بالمسؤولين على السفر (S’occupe de vos voyages).

---

*فرع من فروع البنك مختصة في أدوات الدفع

[1]- Crédit Agricole, Carte gold, sit : http://www.ca-morbihan.fr/Vitrine/CatalogueProduit/FichProd/P_FichProd_CarteGold.jsp

- كل العائلة محمية من خلال الحصول على المساعدات الطبية حتى العودة إلـــى الـــوطن، كمـــا أن المصاريف الطبية التي يتم إنفاقها في الخارج تعويضها حتى مبلغ 155000آرو.

- تعويض الأمتعة في حالة ضياعها أو سرقتها.

- منح تعريفة (Tarifs) على إستئجار السيارات في فرنسا وفي الخارج.

- في حالة سرقة أو تعطل السيارة المستأجرة يتحمـــل الصـــندوق الجهـــوي للعميـــل حتـــى مقـــدار 40000آرو.

- الحصول على المساعدات القانونية في الخارج وكذلك خدمات الطلب وتســـليم الزهـــور، الهـــدايا، الحجز في مكان السنما...إلخ بأسعار تنافسية في فرنسا وحتى في الخارج.

وللحصول على هذه الخدمات أو لحل بعض المشاكل المتعلقة بالعميل وكذا لأجل الطلب أو الإستعلام يمكن للعميل الإتصال بصندوقه الجهوي أو وكالته من الداخل أو الخارج عبر خط هاتف تجد رقمـــه خلف البطاقة أو في دليل الحصول عليها.

تعتبر بطاقـــة gold Mastercard أول شـــبكة عالميـــة ســـنة 2002 بحـــوالي 12 مليـــون تـــاجر و600.000موزع آلي للنقود و400000وكالة بنكية في العالم[1].

1-2- بطاقة ماسترو Carte Mæstro :

يستفيد حامل هذه البطاقة مما يلي [2]:

1-2-1- سحب ودفع النقود في كل مكان وفي أي وقت :

إمكانية السحب من كل الموزعات الآلية في فرنسا حتى 300آرو بالنسبة لـــ DAB الخـــاص بشـــبكة البطاقات البنكية CB وحتى 450 آرو في DAB الخاص بالبنك القرض الفلاحي، أما في الخارج فيتم السحب حتى 300 آرو بالعملة المحلية للبلد في كل الموزعات التي عليها رمز Maestro وهذا خلال مدة 7 أيام، أما فيما يخص الدفع فهي مقبولة من طرف كل التجار الذين تجد عنـــدهم رمـــز CB فـــي فرنسا و Maestro في الخارج.

بالإضافة إلى إمكانية دفع المشتريات الصغيرة في فرنسا بإستعمال النقود الإلكترونية المعبئة فيها .

1-2-2- إمكانية التحكم في الميزانية :

ويتم التحكم في الميزانية من خلال ما يلي :

---

[1]- Crédit agricole, disposer des moyens de paiement pratiques, 2002, sit : http://www.credit-agricole.fr/pourvous/particuliers/quotidien-disposer.shtml
[2]-Crédit Agricole Aquitaine, carte Mæstro, sit : http://www.ca-aquitaine.fr/Vitrine/CatalogueProduit/FichProd/P_FichProd_CarteMaestro.jsp

- كل عملية سحب أو دفع ببطاقة Maestro يتم الرجوع فيها إلى الحساب لأجل مراقبة العمليات الممولة بمعنى أنه يتم جعل الحساب مدين مباشرة بعد كل عملية سحب أو دفع من أجل المراقبة الأفضل للحساب، وبذلك يستبعد إنزلاق الميزانية.

- يستطيع العميل معرفة رصيد الحساب من خلال القنوات المختلفة (الهاتف، الإنترنيت، المنتال التلفزة الرقميةو مسألة DAB أو GAB الخاص بالصندوق الجهوي للقرض الفلاحي).

1-2-3 - الحصول على مساعدات مختلفة :

من بين المساعدات التي يتحصل عليها حامل البطاقة وعائلته ما يلي :

- مساعدات طبية : وجود شبكة من المتخصصين على عاتق البطاقة لمدة 24سا/24سا.
- توفير سائق سيارة للتنقل.
- مساعدات في التزلج في الثلج (SKI).
- الإستفادة من مساعدات قانونية في الخارج.
- السفر بكل حرية وطمئنينة من خلال إدخار قسط سنوي يقدر بـــ 27آرو وهذا حسب شرط العام الخاص بالبنك والمطبق في 2 جانفي 2005.

من أجل الحصول على هذه المساعدات إتصل بمصلحة المساعدات Eurocard ، Maestrocard لمدة 24سا/24سا و7/7 أيام ، في فرنسا من خلال الرقم 656-66-51-014 *أما في الخارج بإستعمال الرقم 33145166565 * أما البريد الإلكتروني فمن خلال : Assistance@mutuaide.fr

- ما يمكن لفت الإنتباه إليه أنه لا يستطيع حامل البطاقة إستعمالها في الآلة الذاتية الحركة Les automates التالية :

- رسم العبور في الطريق السريع. (Péages d'autoroutes)
- الصندوق الآلي لموقف السيارات (parking).
- الموزعات الخاصة بأشرطة التلفزيون.

1-3- البطاقة المتعلقة بحساب المفتوح (Open) :

توفر العديد من الخدمات نذكر منها ما يلي [1]:

- تسوية الحسابات بعرض البطاقة المرتبطة بحساب مفتوح Compte-Open عند ما يقارب 14 مليون تاجر في فرنسا والخارج.

---

* هذه الأرقام الهاتفية خاصة بالصندوق الجهوي للجنوب الشرقي ونحن أخذنا ه كمثال

[1]- credit agricole , Imaginez des nouvelles ressources pour votre budget, sit : http://www.ca-paris.fr/g1/vitrine/article/catalogue/18.html

- السحب بإستخدام هذه البطاقة من كل DAB الذين عليهم رمز Mastercard ، Eurocard.

- إمكانية تحويل المدخرات إلى أي نوع من الحسابات وهذا من خلال الإتصال بالمساعد أو من خلال خدمات الهاتف (Serveur Vocal).

- الدفع التلقائي في نقاط مفتوحة "des points Open" عند الرغبة في شراء مشتريات معينة مثلا الهدايا، الزهور ... إلخ.

- الحصول على الخدمات التي تسمح بالتأخير في السداد أو تعليقهStop Mensualité لمدة شهروذلك مرتين في السنة.

- مبلغ الدفع الشهري لتسديد متعلق بالمبلغ المستعمل فهو يختلف من 40 آرو إلى 1000آرو.

1-4- بطاقة متعددة الخدمات La carte Mozaic :

بطاقة دولية توفر العديد من الخدمات للشباب الذين تتراوح أعمارهم من 18 إلى 25 .

1-4-1 – أنواع البطاقة متعددة الخدمات

ويمكن تقسيمها إلى ثلاثة أنواع :

أ / بطاقة متعددة الخدمات للسحب : **La carte Mozaic de retrait**

يستطيع حامل البطاقة سحب النقود في كل مكان من فرنسا في 35000 موزع آلي للنقود عليه رمز CB وفي الموزعات الآلية الموجودة في الخارج والتي عليها رمز cirrus وهي مشتركة مع دفتر الشباب Mozaic من 16 سنة، ويتم السحب حتى المبلغ المحدد في العقد – المبلغ الأسبوعي – ويستطيع صاحبها تغير مقدار المبلغ وهذا بالإتفاق مع مرشد (Conseiller) الخاص بصندوقه الجهوي ولديه وعادة يتم السحب من 20 آرو إلى 300 آرو في الأسبوع [1] .

ب/ بطاقة متعددة الخدمات للدفع La carte Mozaic de paiement

يتم الدفع في كل الطرفيات الموجودة عليها رمز Mastercard ، Eurocard أي عند 603000 موزع في العالم[2] ويحصل حاملها على العديد من التخفيضات عند تسوية معاملاته مع تجار معينين نذكر منهم ما يلي [3]:

- الحصول على تخفيض بمقدار 30% عند الحصول على غسول شعر أو خدمات الحلاقات وهذا عند 450 قاعة حلاقة من طرف Jean – Louis David.

---

[1]- Credit agricole, l'offres Mozaic – La carte Mozaic de retrait, Sit :
http://www.ca-MoZaic.com/banq/offre.jsp?nav=banq&ssnav=offre&sup=retrait

[2] - Credit agricole, la carte Mozaic de paiement, sit :
http://www.ca-MoZaic.com/banq/offre.jsp?nav=banq&ssnav=offre&sup=paiment

[3] - Credit agricole, avantage nationaux de la carte Mozaic , Mars, Avril, Mais, Sit:
http://www.ca-paris.fr/g1/vitrine/article/catalogue/67.htm

* لا يمكن استخدامها عند التجار الذين لهم أجهزة تعمل بالنموذج الشهرياليدوي المعروف "fere à repasser"

- الحصول على تخفيض بمقدار 20% في مجال الرياضة من طرف Sport 2000.

- 10% تخفيض عند 450 معلم للسياقة في شبكة CER.

- توفير مقدار 55 آرو للحصول على آلة التصوير الرقمية من طرف Vivitar.

- تخفيض 10% على كل الهدايا التـــي لا تتعـــدى قيمتهـــا 20آرو فـــي محـــلات Celio ، Ikea ، Kadeos.

- تخفيض في بطاقات الهاتف SFR حيث أن كل بطاقة بـــ 25 آرو تخفض منها 1,5 آرو ، أما شبكة Orange فيتم تخفيض 1,93آرو على كل بطاقة بـــ 30 آرو.

ج/ بطاقة Mozaic Maestro :

يحصل عليها الشباب من 16 سنة إلى 25 سنة تجمع بين خدمات النوعين السابقين حيث يـــتم الســـحب والدفع في فرنسا من كل الطرفيات التي عليها رمز CB أما فـــي الخـــارج فـــالرمز هـــو cirrus ، Maestro

1-4-2- مزايا البطاقات متعددة الخدمات(Les cartes Mozaic):

تحقق العديد من المزايا نذكر منها ما يلي [1]:

- تتيح لحاملها مراقبة الميزانية وهذا لأن إقتطاع المبلغ المسحوب أو المدفوع يتم مباشرة بعد تســـوية المعاملات المالية .

- إمكانية فحص الحساب قبل كل عملية.

- الحصول على رسالة أو بيان كل ثلاث أشهر يحتوي على معلومات عن طرق الإدخار و الإستثمار الأفضل.

- الإستفادة من تخفيضات في قاعات الحفلات الموسيقية، المهرجانـــات، الســـفر، رخصـــة الســـياقة المطاعم...الخ

- الحصول على خدمات متنوعة بأسعار مثلى (Préférentiels).

- الحصول على خدمات التأمين على المسؤولية المدنية والحوادث بالإضافة إلى أنـــواع أخـــرى يـــتم الإتفاق عليها في العقد.

- الإنخراط في جمعية Mozaic التي تعرض كل ثلاثي خدمات وبأسعار منخفضة مثل : CD ، مكان

1- Credit agricole, la carte Mozaic Maestro, Sit :
http://www.ca-MoZaic.com/banq/offre.jsp?nav=banq&ssnav=offre&sup=Maestro

السنما ، رحلات ...إلخ[1].

- البطاقة مؤمنة من السرقة والضياع.

- الحصول على مساعدات طبية في الداخل والخارج وتعويض التكاليف المصروفة في الحصول على الخدمات الطبية في الخارج.

- إن لم يتحصل حامل البطاقة على هذه الخدمات عليه الإتصال بوكالته أو الإتصال عن طريق الهاتف من خلال "Allo Mozaic" على 0825000.000 (15أرو/د ، 0,98ف/د) من الإثنين إلى الجمعة من 9 إلى 20 ساعة والسبت من 9 إلى 18 ساعة*

ونتيجة للمزايا التي تحققها هذه البطاقة لحامليها فلقد وصل عدد حامليها الــى 1,7مليــون ســنة2004 (12الى 25 سنة) [2] .

1-5- بطاقة المحفظة النقدية الإلكترونية :

La carte d'un porte monnaie électronique (carte Moneo)

وهي بطاقة إلكترونية يتم تعبئتها لإستخدامها في شكل نقود إلكترونية أو المحفظة النقدية الإلكترونية للمتعاملين ، ظهرت في فرنسا سنة 1999 لتسوية المشتريات الصغيرة حتى 30 آرو عنــد التجــار [3] مثل : الخباز، بائع الجرائد، بائع الأزهار، صندوق موقف السيارات، DAB ، تسديد الحافلة القطــار الكهربائي ، (Métro) ... إلخ. ويمكن التمييز بين نوعين منها [4]:

1-5-1- النقود الإلكترونية المدمجة في البطاقة البنكية :

وهذا الشكل هو الأكثر إنتشارا، حيث نجدها مدمجة مجانا في بطاقــة Mastercard gold ، بطاقــة متعلقة بالحساب المفتوح ،بطاقة Maestro ، بطاقات متعددة الخدمات (Mozaic) .

1-5-2- النقود الإلكترونية الموجودة في بطاقة مستقلة :

لأجل جعل أدوات الدفع مميزة طلب من البنك فصل بطاقة Moneo عن باقي البطاقــات ويمكــن أن نميز نوعين :

أ/ بطاقة المحفظة المالية الإلكترونية المرتبطة بأحد الحسابات مثل : Moneo الزرقــاء(La carte Moneo Bleu)، Moneo الخاصة (La carte Moneo Spécifique)

---

[1]- Credit agricole, imaginez des 12 ans les années Mozaic, Op.Cit

*هذه الأرقام الهاتفية خاصة بالصندوق الجهوي للجنوب الشرقي ونحن أخذنا ه كمثال

[2]- Crédit Agricole,lance Mozaïc micro ,CA 2004;sit : http://www.credit-agricole-sa.fr/actualites/actualites.php?langue_site=1&CLE=383

[3]- Crédit Agricole,jouer la carte Moneo , Sit: http://www.credit-agricole.fr/ca/magazine/banque/jouer-la-carte-moneo/ -

[4]- Credit agricole, Moneo le porte monnaie moderne Uni-éditions - octobre 2004, ; Sit: http://www.credit-agricole.fr/ca/magazine/banque/jouer-la-carte-moneo/print.shtml

ب/ بطاقة المحفظة الإلكترونية الخضراء (La carte Moneo Verte) :

فهي غير مرتبطة بأي حساب ومن أجل تعبئتها يتم إستخدام بطاقة بنكية مثلا يستعملونها الشباب للحصول على أموال من بطاقة الأبوين، ولا يمكن تعبئتها عند الطرفيات الإلكترونية للتجار.

- مهما يكن الشكل المختار فإن تعبئة النقود الإلكترونية على شريط (borne) يتم في الوكالات البنكية أو في مكاتب البريد أو عند التجار، ويتم تحديد على الشريط قيمة التعبئة وإدخال الرمز الشخصي وإختيار المبلغ المراد تقييده لحساب التاجر وأن لا يتعدى 100آرو كحد أقصى، أما عند التعبئة من طرفيات التجار فالحد الأقصى هو 30 آرو، وهذه المبالغ يتم إقتطاعها من حساب صاحب البطاقة (نفس المنطق المستعمل في DAB).

- وإذا كان رصيد البطاقة أقل من 5 آرو فإن الطرفيات تعرض على حامل البطاقة تعبئتها تلقائيا ومن خصائصها أنها تضم تخفيضات في الرسوم لحاملها.

- ولقد حققت نتائج كبيرة في فرنسا على الرغم من أنها تعتبر آخر البلدان الأوربية التي استعملتها حيث نجد أنه يوجد حوالي 3500 ناشر للكتب وكذا 10% من الحدائق العامة تقبل التعامل بها ،وتعتبر فرنسا أحسن شبكة في التعامل بالنقود الإلكترونية، حيث وصل عدد التجار المستخدمين لها إلى 100000تاجر ، كما سجلت أكبر معدل للتعامل بها Taux d'activité يقدر بـ 20 مليون دفع بواسطتها في العام 2003 وحوالي 1,3 مليون مستعمل لها[1]، وخدمة Moneo متوفر في كل مدن و جهات فرنسا وهذا منذ بداية 2004 [2] .

أما بالنسبة للنتائج الكلية التي حققتها الصناديق الجهوية في حجم البطاقات المتداولة فلقد وصلت إلى 12,5مليون بطاقة سنة 2003 بزيادة قدرها 0,5مليون عن سنة 2002(12مليون)[3] . كما حققت زيادة قدرها 6 مليون بطاقة نتيجة توسعه في الخارج [4] .

1-6 - أسعار الحصول على البطاقات في القرض الفلاحي :

الجدول التالي يبين لنا أسعار أو تكاليف الحصول مختلف البطاقات المعروضة من قبل الصناديق الجهوية وفروعها :

---

[1]- Crédit Agricole, jouer la carte moneo, éditions unis, octobre 2004, sit : http://www.credit-agricole.fr/ca/magazine/banque/jouer-lacarte-moneo

[2] -Crédit Agricole, condition générale de banque, sit : http://www.ca-pca.fr/vitine/objcommun/FIC/PCA/conditions-génerale-de-bcb-part072002-8.6.02

[3]- Crédit Agricole,Rapport d'activité 2003 P 22 ,Sit : http://www.credit-agricole-sa.fr/images/documents2/1_f99511084533749.pdf

[4]- Credit agricole ,document de référence 2004, op cit, p 6

جدول رقم20: أنواع البطاقات وسعر كل منها

نوع البطاقة	تكاليف أو أسعار الحصول عليها
- بطاقة النقود الإلكترونية الزرقاء Carte Moneo bleue	€ 8,24
- بطاقةPrélude (قسط شهري)	€ 1,00
- بطاقة Marine	€ 17,51
- بطاقة Mozaïc للسحب (3) (1)	€ 9,85
- بطاقة Mozaïc للسحب و للدفع(1)	€ 14,77
- بطاقة دولية Mastercard - دفع حالاً - دفع شهري	 € 31,00 € 40,00
- بطاقة Maestro	€ 21,98
- بطاقة Open	€ 27,90
- بطاقةOpen من النوع الثاني	€ 8,45
- بطاقة Carte Gold Mastercard	€ 110,00
السحب من DAB بإستعمال البطاقة البنكية	
- في فرنســــــــــا و في إتحاد أوربي	مجانـــّــا.
- في بقية العالم	€ 3,20 + عمولة تقدر بـــ 1,75%.
-ا لسحب من بنك غير القرض الفلاحي في فرنسا أو في الإتحاد أوربي	€ 6,09
- الشراء بالبطاقة البنكية = في فرنسا أو في الإتحاد أوربي = في بقية العالم	 مجانـــّــا. € 0,20+ € 1,00 كحد أدنى+ عمولة تقدر بـــ 1,75%.
-تغيير الرمز السري Réédition du code confidentiel (2)	€ 6,71
(1) مع تخفيض 50% بـــ Internet Minitel (2)مع تخفيض15% بـــ Fil contact (3)مع تخفيض 25% للأقل من 25سنة	

source : Crédit Agricole, condition générale de banque, sit : http://www.ca-pca.fr/vitine/objcommun/FIC/PCA/conditions-génerale-de-bcb-part072002-8.6.02

ملاحظة :

بالنسبة لأسعار الحصول على البطاقات فهي تختلف من صندوق جهوي إلى صـــندوق جهـــوي آخـــر ولكنها عموما متقاربة ونحن هنا أخذنا أسعار الصندوق الجهوي Cote D'azur كمثال.

لتأكيد العميل من أن moneo متوفرة أم لا في صندوقه الجهوي عليه الإتصال بأحد الموقعين [1]

http://www.credit-agricole.fr/index-fla.shtml?xtref أو http://www.moneo.net/

[1] -Credit agricole, gold master card, Op.Cit

2- الدفع عن طريق الإنترنيت :

يستطيع المتعامل مع القرض الفلاحي الدفع عن طريق الإنترنيت فواتير الخدمات العامة و الضـــرائب بالإضافة إلى الحصول على بعض السلع وهذا بتحويل المبلغ من حساب المشتري إلى البائع بإســتخدام البطاقة البنكية، ولكي تكون عملية الدفع آمنة لبد من إحترام بعض المقاييس الإحتراســية الضـــرورية ويعتبر أول مقياس أو قاعدة هي تأمين هوية الشخص أو المؤسسة التي ترسل إليها أو تحول لصالحها المبالغ، ويتم التعرف عليها من خلال المعلومات الضرورية التي يتم إ دراجها في الموقـــع منهـــا : الإسم، الشكل الإجتماعي، العنوانو رقم الهاتف، بالإضافة إلى الشروط العامة للبيع كـــالبيع بالتجزئـــة شروط الإبطال، طريقة التبادل و طريقة تسديد الطلبية.

وحتى تتأكد من سلامة الموقع لابد من فحصه وتأكد من إحتوائه على مقـــاييس الأمـــان للـــدفع ويـــتم التعرف على هذه الأخيرة من خلال النظر إلى جهتين :

- قفل أو مفتاح يكون ظاهر في أسفل الشاشة.
- وجود العنوان الإلكتروني للموقع يبدأ بـــ "https" .

بعد فحص الموقع جيدا يتم إدخال رقم البطاقة وتاريخ الصلاحية والرقم السري .

ونتيجة لتخوف المتعاملين مع البنك فإنهم يفضلون عدم الدفع بهذه الطريقة خوفا من مخـــاطر تســـرب الرقم السري ورقم البطاقة، لذا نجد البنوك تعمل على ايجاد أفضل الأنظمة لتأمين المعـــاملات (كمـــا رأينا سابقا).

- قام القرض الفلاحي سنة 2005 بعرض لعملائه خدمة الإكتتاب على الخط في المنتوجـــات الماليـــة التي نادرا ما تعرض في المواقع البنكية والهدف الأساسي للبنك هـــو تشـــخيص البيـــع عـــن طريـــق الإنترنيت حيث صرح مسؤول التسويق المتعدد القنوات في القرض الفلاحي S.A أنه ستكون الخدمات المقدمة أكثر عمقا عما هي عليه الآن، إذ أن البنك سيعمل على تطوير أساليب وطرق البيع عن طريق الإنترنيت[1] ، كما أنه يعمل جاهد لتأمين المبيعات التي تتم عبر الإنترنيت من أجل توسيع دائرة التبادل من خلاله، وهذا يساعد ه في تحقيق مداخيل مجزية، حيث بينت الإحصائيات أن الأنترنيت يعتبـــر أول قناة تسمح بتقريب أكثر من نصف العملاء إلى البنك، بينما نجد عن طريـــق الهـــاتف 40% والمنتـــال 10%[2].

إن الهدف الأساسي الذي يطمح إليه البنك في إطار تقديم الخدمات المصرفية المختلف عـــن بعـــد هـــو العمل على الزيادة في قنوات الإتصال عن طريق الإنترنيت، حيث نجد البنك يملك 43 موقـــع ســـنة

---

[1] -le journal du net saute la pas de la vante de produit financiers en ligne, 10/10/2004, sit, http://www.journaldunet.com/0410/041001creditAgricole.shtml

[2]- Ibid

2004 وهو يعمل على الزيادة في هذا العدد من أجل التسهيل على العميل البلوغ للخدمة المراد الحصول عليها بكفاءة ودرجة عالية من الشفافية والأمان.

المطلب 3: الخدمات الإلكترونية الملحقة بالحسابات الجارية :

يعتبر الحساب البنكي هو قاعدة كل العمليات فمن خلاله يستطيع العميل الحصول على العديد من الخدمات المصرفية الالكترونية نذكر منها ما يلي [1]:

1 - الحصول على خدمات في المنزل La domiciliation :

يمكن للعميل الحصول على العديد من الخدمات المنزلية نذكر منها ما يلي :

- الإيداع المباشر للدخل من المنزل إلى أي حساب في البنك لأجل ربح الوقت من خلال قنوات الإتصال عن بعد المختلفة .

- تحويل من المنزل المنح العائلية allocation familiale.

- الحصول على تعويضات الضمان الإجتماعي ، أجر الكراء ... إلخ.

ويتم الحصول على هذه الخدمات من خلال الإتصال بالهيئة المسؤولة عن كشف الهوية البنكية RIB (relevé d'identité bancaire) والتي تحول المداخيل مباشرة إلى حساب المتعاملين في وقت قصير.

2 - التحويل المباشر Le virement automatique :

إذا أراد المتعامل مع البنك تحويل مبلغ من حساب إلى حساب آخر أو دفعه إلى الخواص مباشرة مثلا مستحقات الإيجار، الرواتب الشهرية ...إلخ ينبغي عليه إعطاء أمر بالتحويل للوكالة عند حلول تاريخ الإستحقاق وهذا بجعل حساب المستفيد دائن بالمبلغ المحدد أو المتفق عليه وحساب الدافع مدين.

3- الإقتطاعات المباشرة le prélèvement automatique :

ويتم هذا الإقتطاع من الحسابات البنكية لأجل دفع فواتير الغاز ، الكهرباء ، الهاتف، الضرائب ... إلخ وهذا من خلال إتفاق صاحب الحساب مع البنك على نوع الفواتير التي يتم إقتطاعها.

- كما أن بنك القرض الفلاحي يوفر عن طريق صناديقه الجهوية وفروعها خدمة الإقتطاع من الدخل لأغراض مختلفة كالإقتطاع لأجل الإدخار السكني، خطط الإدخار للأسهم والسندات، خطط الإدخار المؤسسات، عقود التأمين وغيرها .

إن المعدل العام المطبق في الإقتطاع كان 10,3% في جانفي 2004 وأصبح 11% في

---

[1] Credit agricole, quotidien, simplifier vos rentrées et vos sorties d'argent, 2002, sit : http://www.credit-agricol.fr/pourvous/particuliers/quotidien-simplifier.shtml

1 جانفي 2005 وهذا الإرتفاع يرجع إلى أن الضريبة أصبحت سارية المفعول علـــى المنتجـــات ذات الخبرة *[1].

4 - خدمة الفوترة Affacturage :

تم توفير في شهر ماي 2001 خدمة الفوترة*[2] عن بعد باستعمال PME و PMI حيث يستطيع العميل دفع أي نوع من الفواتير إلى أي مؤسسة عن طريق الأنترنت بطريقة دقيقة ومنظمة، ويـــتم الحصـــول على هذه الخدمة من طرف فرع وسيط " Immédians " *[3]، ولقد بدأت باستعمال الهـــاتف والـــرقم السري المسجل في سجل البنك[4]، ثم عن طريق الأنترنت.

ويتم حساب تكلفة الخدمة على أساس عامل الخطر المتعلق بتغطية الفاتورة ونوعيتها بالاضـــافة إلـــى التكاليف الثابتة وكذا تنقيط (Scoting) المؤسسين، ويتم هذا الأخير عموما عند طلب الحصـــول علـــى الخدمة *[5].

- إذا كانت الفاتورة جاهزة على الخط تقوم المؤسسة بتعبئة القسيمة أو الوصل وبعد ذلك يتم التوقيـــع عليها إلكترونيا وإرسالها لأجل أن يقوم الفرع الوسيط Immédians بتحويل المبلغ إلى الحســـاب البنكي الخاص بالعميل في مدة 48 ساعة بعد موافقة الطرف عليها.
- ولقد تم استعمال الفوترة من قبل 400 مستعمل منظم ولاحظ أن ربع العدد فقط يســـتعملونها عبـــر الأنترنيت من خلال موقع البنك، بالاضافة إلى أن طالبيها هم عموما المؤسسات بالرغم مـــن أنهـــا متاحة لكل أنواع العملاء[6]. وتقدم هذه الخدمة من طرف فرع بنك القـــرض الفلاحـــي Transfact Eurofactor بالشراك مع Euler .
- لقد حققت البنك نتيجة لتقديمه هذه الخدمة نتائج جيدة سنة 2004 بزيادة في رقم أعمال قدره 1.3 مليار أرو عن سنة 2003 (25.7 مليار أرو) [7]. ووصل سنة 2004 إلى أكثر من 27 مليار أرو

---

[1] * - إذا كان الحساب غير ممون يوم الإقتطاع يتم تحديد تكاليف يدفعها صاحب الحساب ولتجنب هذه الأخيرة على العميل تنظيم اقتطاعها قبل 2 إلى 3 أيام من تاريخ تحويل الدخل.

[2] * - الفوترة طريقة يتم فيها تحويل الذمة المالية من المدين إلى مؤسسة أخرى دائنة.

[3] * - Immédians : فوج من عمال البنك يسهر على توفير خدمة الفوترة عبر الهاتف و الأنترنت.

[4] * عند طلب هذه الخدمة يطلب البنك من عميله ملء استمارة طلب الخدمة للحصول على المعلومات الشخصية للحفاظ على أمان المستخدم، ثم بعد أيام من ذلك يحصل العميل على رسالة تحتوي على الرمز الشخصي السري للحصول على هذه الخدمة.

[5] *- عند طلب هذه الخدمة يطلب البنك من عميله ملء استمارة طلب الخدمة للحصول على المعلومات الشخصية للحفاظ على أمان المستخدم، ثم بعد أيام من ذلك يحصل العميل على رسالة تحتوي على الرمز الشخصي السري للحصول على هذه الخدمة.

[6] - Florence santrot, le credit agricole se net à l'affacturage en ligne avec immédians, jeudi 18 Octobre 2001, sit : http://www.journaldunet.com/0110/011018immedians.shtml

** Euler = مؤسسة مالية مختصة في تمويل الذمة المالية للمؤسسات

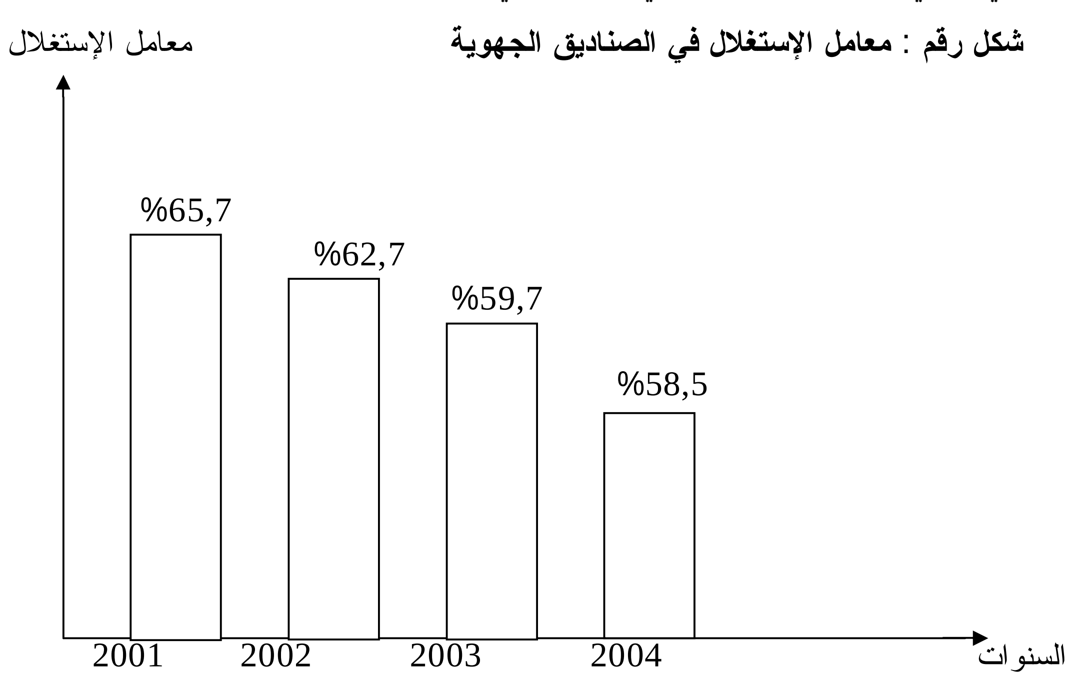
[7]- Crédit Agricole le groupe, les métiers : service financiers spécialises, Sit : http://www.credit-agricole.fr/legroupe/fr/metiers/services-financiers-specialises.shtml

وبعدد عملاء أكثر من 500 عمي ، كما أن القرض الفلاحي يعمل على تطوير نظام عمل الفوترة وهذا سيكون في الفصل الثاني من 2005 [1] .

5- النتائج التي حققها البنك من خلال صناديقه الجهوية :

سنعرض في هذا العنصر أهم النتائج التي حققتها الصناديق الجهوية في تقديمها للخـــدمات المصـــرفية في مجالات متعددة ، حيث نبدأ بالتعرف على نسبة معامل الإستغلال (المصاريف العامة علـــى النـــاتج الصافي البنكي) ، ويمكن تلخيصها في الشكل التالي :

شكل رقم : معامل الإستغلال في الصناديق الجهوية



Source : Credit agricole , document de référence 200 4, p24, sit : http://www.credit-agricole–
SA..fr/documentation/rapports.php?langue_sit=1&anneé=2004
et rapport annuel de credit agricole S .A 2001 , p18

من الشكل نلاحظ أنه يوجد تحسن ملحوظ في معامل الإستغلال إذا أنه إنخفض بنســبة 3% مـــا بـــين سنة2001-2002 وإنخفض بنفس النسبة مابين سنة 2002 -2003،كمـــا تراجـــع بنســـبة 1,2 % سنة2004 ، وهذا يدل علىأن الصناديق الجهوية تعمل دائما على ترشيد نفقاتها المختلفة ومحـــاول التقليل منها قدر الإمكان ، وذلك من خلال إدخالها أحدث التقنيات في التعامل –كما سبق وأن رأينـــا - وكذلك يرجع هذا الإنخفاض إلى عمل الصناديق الجهوية المستمر على الإبتكار و التنويع المستمر فـــي الخدمات المقدمة والملبية لحاجات المتعاملين معها ، مما أدى إلى زيادة حجم العائد المتحصـــل عليـــه

---

[1]- Crédit Agricole, leader français du marche de l'affacturage Crédit Agricole S.A, Le 22 avril 2005 , Sit: http://www.credit-agricole-sa.fr/actualites/actualites.php?langue_site=1&CLE=471 .

خاصة بالنسبة للخدمات الحديثة التي من المعروف أن السلطات النقدية مازالت لم تـتحكم جيـدا فـي مراقبتها ، وهذا يساعد البنك على زيادة المردودية على حقوق الملكية من خلال الرفع في مضـاعف الملكية *[1] .

ويمكن معرفة حجم العمولات الناتجة عن تقديم مختلف الخدمات من خلال الجدول التالي :

جدول رقم : حجم العملات المرتبطة بالعمليات مع العملاء (مليون أورو)

العمولة / السنوات	تسيير الحسابات +أدوات الدفع	خدمات التأمين	تسيير العقارات	خدمات وعمليات بنكية أخرى	المجموع
2002	1279	695	332	1083	3389
2003	1360	763	336	1180	3639
2004	1468	843	366	1278	3955

Source : credit agricole , document de référence 2004 , p 23 sit . whttp://ww.credit-agricole-sa.fr/images/documents2/1_f320341110351081pdf

من خلال الجدول نلاحظ أن أكبر حجم من العملات حققتها الصناديق الجهوية وفروعها في الخـدمات المتعلقة بالحسابات المصرفية وأدوات الدفع، وهذا يرجع أساسا إلى تعدد قنوات البلوغ إلىالحسـابات المختلفة وكذا سهولة إستخدامها في الحصول على العديد من الخدمات المرتبطة بالحسابات -كما سـبق وأن رأينا - ، أما فيما يخص أدوات الدفع فهذا يرجع أساسا إلى التنوع الكبير الذي تشهده هذه الأخيرة وإمكانية إستعمالها في الداخل والخارج، بالإضافة إلى دمج العديد من الخدمات في عقد الحصول علـى البطاقة خاصة خدمات التأمين والتي نلاحظ من خلال الجدول أن حجم العملات فيها في تزايد مما يدل علىالقدرة الكبيرة لصناديق الجهوية في توزيع هذا النوع من الخدمات بالإضافة إلىالأساليب المختلفة التي يستعملها البنك في تشجيع خدمات التأمين كمنح قروض مصرفية الإدخار لأجل الحصـول علـى عقد التأمين وغيرها .

أما إذا نظرنا إلى حجم العمولات في تسير العقارات فنلاحظ كذلك أنه في تزايد وهذا يرجع أساسا إلـى إقتحام البنك العديد من المجالات في تسيير عقارات المتعاملين خاصة الأسواق المالية وكذا تعاونه مـع الشركة الشقيقة المختصة في العقارات UNIFICA ،بالإضافة إلى الخبرة التي إكتسبها البنـك فـي هذا المجال .

[1] * مضاعف الملكية أو الرفع المالي هو مجموع الخصوم على الأموال الخاصة تحصلنا عليها من :
J.Y Saulquin et CH d'arcimoles , Gastion financieére , vuibert , paris ,1993 , p46

بالإضافة إلى كل ما سبق نلاحظ أن البنك يتجه لزيادة المردودية من الخدمات الحديثة التـــي لاتخضـــع لرقابة البنك المركزي ، ولكن هنا البنك يواجه مشكل المخاطر الناجمة عن إقتحـــام هـــذه المجـــالات وما يلاحظ على الصناديق الجهوية أنها تعمل بإستمرار من أجل التقليل منها قدر الإمكان وبالتالي كلما خفضت فيها كلما نقص حجم المخصصات لتغطيتها مما يؤدي إلى إستخدامها في مجـــالات إســـتثمارية متعددة تزيد من عائد البنك .

ويمكن تلخيص حجم المخصصات لتغطية المخاطر في الجدول التالي :

جدول رقم22 : رأس المال المخصص للمخاطر البنكية بملايين الأرو

السـنوات / المخاطر	2002	2003	2004
مخاطر الإدخار السكني	998	882	772
رأس المـال المخصـص لمخاطر السيولة والملاءة	610	615	636
مخاطر أخرى	453	447	425
المجموع	1833	1944	1823

Source : credit agricole , document de référence 2004; p 138 sit ;

. whttp://ww.credit-agricole-sa.fr/images/documents2/1_f320341110351081pdf

الجدول أعلاه يبين لنا أن حجم المخصصات للمخاطر يتناقص في كل من الإدخار السكني والأنـــواع الأخرى من المخاطر مما يدل على أن البنك إكتسب خبرة كبيرة في هذا المجـــال ، وكـــذا إســـتعماله للوسائل والطرق العقلانية التي تساعده في التقليص من حجم المخاطر كإستخدامه لعقد التـــأمين علـــى القروض وإستعماله للأنظمة المتصلة مباشرة بمركز البنك . أما لو نظرنـــا للمخصصـــات المتعلقـــة بالسيولة والملاءة فأننا نلاحظ زيادة نسبية في حجمها وهذا يرجع أساسا للقوانيين التي تضعها السلطات النقدية. والمتعلقة بنسبة الإحتياطي القانوني الإجباري لذلك نجد البنوك تزيد في المخصـــص كلمـــا زاد حجم الودائع .

- إن غرض البنك من التوسع والتنويع في تقديم الخدمات المصرفية هو زيادة العائد على حقوق الملكية[1] وبالتالي توزيع المزيد من الأرباح على المساهمين بالإضافة إلى دعيم المركز المالي للبنك .

ويمكن معرفة العائد الذي حققته الصناديق الجهوية لمالكي البنك من خلال الجدول التالي :

جدول رقم23 : معدل العائد على حقوق الملكية

السنوات	2001	2002	2003	2004
معدل ROE %	13,5	16,4	17,9	18,5

المصدر : من إعداد الباحثة [2]:

يبين الجدول أعلاه بأن الصناديق الجهوية تعمل دائما على الزيادة في نسبة ROE من أجل تحقيق رغبات المساهمين، و لا يمكن إعتبار تحقيق الرفع في ROE أمر هين خاصة في ظل سوق تسوده المنافسة الشرسة من البنوك الأخرى وكذا المؤسسات المالية غير المصرفية، بل تطلب من الصناديق الجهوية للبنك مجهودات جبارة من أجل إبتكار العديد من الخدمات في مجالات متعددة – كما سبق ورأينا – بالإضافة إلى عملها المستمر على إدخال التقنيات الحديثة في مجال تكنولوجيا الإعلام والإتصالات من أجل تطوير عملها المصرفي خاصة بعد التطورات التي شهدها النشاط البنكي وتوجهه نحو الإقتصاد الرقمي .

ويعتبر عمل الصناديق الجهوية على جذب الموارد المالية من مصادرها المختلفة أحد أهم العناصر التي ساعدته في تحقيق الزيادة في ROE وذلك من خلال الزيادة في الرفع المالي * الناتج عن عمل الصناديق الجهوية على جذب الودائع بطرق عقلانية و متماشية مع التطورات الحديثة، وهذا ما لاحظناه من خلال دراستنا للصناديق الجهوية وفروعها المختلفة .

وفي الإخير يمكن القول بأن دراستنا للبنك من خلال صناديقه الجهوية بينت أنه حقق العديد من النتائج من خلال توجهاته المختلفة في مجال تقديم الخدمة نذكر منها ما يلي :

---

[1]* العائد على حقوق الملكية هو المر دودية المالية(ROE) = نتيجة الدورة الصافية على الأموال الخاصة أو المردودية الإقتصادية في الرفع المالي تحصلنا على هذه القوانيين من :

-J.Y Saulquin et CH d'arcimoles , op cit , p 45

[2] - إعتمادا على :

- Credit agricole, Rapport de l'activité des métiers en 2002 , op cit , p16 et rapport annuel, et credit agricole , document de référence 2004 , p 23 sit :
http://www.credit-agricole-sa.fr/images/documents2/1_f320341110351081pdf

* الرفع المالي هو المؤشر الذي يقوم بمقارنة مجموع الأصول مع الأموال الخاصة ،حيث تشير القيمة الأكبر منه إلى درجة الكبيرة من التمويل بالمقارنة مع الأموال الخاصة بمعنى مدى أعتماد البنك على الموارد الخارجية- خاصة الودائع - في تمويل نشاطه ، ويعرف بأنه مجموع الخصوم على الأموال الخاصة

- زيادة الحصة السوقية من الخدمات التقليدية نتيجة لربطها بالتطورات المختلفة خاصة في المجال الإلكتروني، مما ساعده على الزيادة في الموارد المالية وبالتالي الزيادة في حجم الإستخدامات .
- زيادة عدد المتعاملين مع البنك نتيجة لتوفير خدمات تناسب أكبر قدر ممكن من المتعاملين مما أدى إلى زيادة الطلب على مختلف الخدمات وبالتالي أثر إيجابا على المردودية .
- زيادة مردودية البنك من الخدمات الحديثة خاصة، مما أدى إلى زيادة ملاءة البنك المالية .
- إكتساب خبرات في مجالات متعددة خاصة في الخدمات المالية غير المصرفية التي تقدمها الصناديق الجهوية بالتعاون مع الشركات الشقيقة التابعة لبنك القرض الفلاحي .
- تحقيق أكبر حصة سوقية في العديد من الخدمات وهذا يرجع لشبكة الواسعة التي يمتلكها البنك وكذا تعدد قنوات الإتصال البلوغ إليه من أجل الحصول على الخدمات المصرفية -كما سبق وأن رأينا -.
- ساعد التوجه الحديث لصناديق الجهوية في مجال تقديم الخدمات المصرفية على الوقوف في وجه المنافسين مما أدى إلى تحسن مستوى أداء الخدمات المقدمة، الأمر الذي أدى إلى زيادة الطلب على الخدمات المصرفية وما لذلك من أثار إجابية على مردودية البنك وبالتالي على القيمة السوقية لأسهم البنك .

- النتائج والتوصيات :

إن البنوك تسعى جاهدة إلى تطوير خدماتها المصرفية من خلال إدخالها تقنيـــات حديثـــة تضمن لها تقدمها بجودة عالية ودقة وسرعة في الأداء كما أنها تحقق رضا المتعاملين وتحول رضـــاهم إلى ولاء دائم، وذلك إما بشكل مستقل أو من خلال بناء تحالفات استراتيجية مع بنوك كبـــرى أو مـــع شركات شقيقة والهدف من ذلك تحقيق استقرار البنك والمحافظة على مكانتـــه المصـــرفية فـــي ظـــل التغيرات الإقتصادية المستمرة من عولمة وإنفتاح إقتصادي ومواكبتها .

ولقد حققت البنوك العديد من النتائج نتيجة توجهاتها الحديثة في مجال تقديم خدماتها المصرفية يمكـــن تلخيصها فيما يلي :

1- زيادة القيمة المالية للبنك من خلال تحقيق نمو دائم ومتصاعد ومستديم فـــي الربحيـــة و معـــدلات العائد على حقوق الملكية والموجودات، مع التركيز باستمرار على الاحتفاظ بكفاءة مالية عالية تنســـجم مع النسب والمعايير الدولية المعتمدة(التي حددتها لجنة بازل).

2- التعامل بكفاءة مع التطور السريع والهائل لعدد حسابات العملاء في البنوك وذلـــك مـــن الناحيـــة المحاسبة وعدم زيادة الموظفين مع تحقيق سرعة في إنجاز وتقديم الخدمات المصرفية.

3- تحرير العملاء من قيود المكان و الزمان، إذا أنه كان يتم التعامل مع العملاء في البنوك وداخـــل مقرها وفي مواعيد العمل الرسمية، في حين أصبح الآن بوسع كل العملاء التعامل في أي وقـــت ودون الحاجة إلى التنقل، من خلال تقنية الخدمات المصرفية المنزلية والتي يتم تقـــديمها بإســـتعمال قنـــوات التوزيع الالكترونية المتمثلة أساسا في الهاتف ،المنتال ، الأنترنيت والتلفزة الرقمية .

4- تحسين مستوى جودة الخدمة المصرفية باعتبارها ميزة نسبية تمكن البنك من توظيفها في الاتجـــاه الذي يعزز مكانته المالية في السوق النقدي.والاستمرار في ترسيخها وادخالها على مختلـــف جوانـــب الأداء المصرفي.

5- تشجيع البنوك من أجل إستحداث خدمات مصرفية واستثمارية تنسجم مع اتجاهات السوق وتواكب المستجدات في الأسواق المالية والنقدية ، خاصة وأن العملاء أصبحوا أكثر درايـــة بمـــا يحـــدث فـــي السوقين وبالتالي أصبح صعب على البنك إقناع العميل بأن الأسعار تنافســـية وهـــذا لأنـــه يســـتطيع الحصول على كل الأسعار بسرعة عالية ومن كل الأماكن بسبب ثورة المعلومات والاتصـــالات التـــي تتيحها التقنيات خاصة استعمال شبكة الأنترنيت .

6- العمل بإستمرار على تطوير استراتيجية تأهيل القوى والموارد البشرية، لتكون مستندة على مفهوم متطور وجديد من أجل تعزيز الكفاءة الإدارية والإنتاجية وتوفير موارد بشرية مؤهلة مع التركيز على

تنويع النشاط التدريبي ليكون منسجما مع متطلبات العمل المصرفي الحديث ويساعد كذلك في تقـديم خدمات تضاهي مثيلاتها من الدول الأخرى .

7- تدعيم وتعزيز الكفاءة الانتاجية لتحقيق وفورات وترشيد النفقات والمصاريف الإدارية مـن خـلال تخفيض تكاليف التشغيل التي تنعكس إيجابنا على معامل الإستغلال، ويتم ذلـك مـن خـلال تطـوير وتسهيل إجراءات تقديم الخدمات وكمثال على ذلك إدخال الصيرفة الإلكترونية .

8 - توسع مجال الاستثمار في التكنولوجيا المصرفية وتوظيفها بهدف تحسين مستوى أداء الخدمة، من خلال إدخال التقنيات المصرفية الحديثة وخاصة الإلكترونية وما لذلك من أثار على الخدمة وعلى البنك ككل.

9- تدعيم القدرات التنافسية خاصة بعد أن أصبحت المنافسة لا تقتصر على الاقتصاديات الوطنية بـل اكتسبت أبعادا دولية قانونية في ظل تحرير تجارة الخدمات التي برزت بقوة في الفترة الأخيرة خاصة بعد التطورات التي عرفتها التجارة الالكترونية و دخول المؤسسات المالية غير المصرفية والمؤسسات غير المالية مجال التعامل بالأدوات الالكترونية، وبالتالي فالبنك الـذي لا يسـتطيع التطـوير علـى المستويين السابقين سيترك الأرضية لغيره من البنوك .

10- زيادة الحصة السوقية للمصرف من مختلف الخدمات المقدمة ومحاولة تجسيد الثقافة البيعية التـي تقيم نتائجها على أساس الايرادات والفوائد والحصة السوقية التي يحققها البنك،

11- تخفيض المخاطر المختلفة التي يتعرض لها البنك و المتعاملين معه خاصة فـي ظـل الخـدمات الالكترونية، ويتم ذلك من خلال توجه البنك نحو سياسة التنويع والبحث عن مجالات استثمارية تـرى فيها نمائه وبقائه بالإضافة ألى حصوله على الأرباح ، أضف إلى ذلك إدخاله الأنظمـة الإلكترونيـة الحديثة التي تمتاز بدرجة عالية من الأمان في التعامل.

12- إكتساب خبرات متعددة في مجالات غير مصرفية من خلال تعامل البنك مع الشركات الشـقيقة وإقتحامه الأسواق المالية خاصة البورصة بالإضافة الى تطبيقه لسياسة البنك الشامل.

14- تلبية حاجات ورغبات العملاء من خلال عـرض البنـك المسـتمر للخـدمات التـي تتماشـى والتطورات الحاصة في كل المجالات وخاصة التكنولوجيا ، المعلوماتية و الإتصالات .

15- تقديم خدمات للعملاء لم تكن معروفة من قبل، كما أتاحت لهم الإستفادة من فرص أفضل لتوظيف أموالهم أذ أنهم أصبحوا أكثر وعيا ودراية بما يجري في مختلف الأسواق المالية والنقدية وبالتالي مـن الصعب على البنوك إقناع عملائها بأن أسعارها تنافسية وهذا كله بسب الثورة التكنولوجية التي وفرت للعميل السبل المختلفة في الحصول عن المعلومة من خلال قنوات الإتصال عن بعـد المتمثلـة فـي الهاتف، المنتال ، التلفزة الرقمية و الأنترنيت .

16- الزيادة في حجم الخدمات المقدمة -وهذا كما رأينا في الفصل الأخير - كما تساعد على خفض عدد موظفي البنك من خلال إدخال التقنية الحديثة .

على الرغم من النتائج العظيمة التي حققتها البنوك من توجهاتها الحديثة في مجال تقديم الخدمات المصرفية إلا أنها واجهت العديد من الصعوبات وخاصة البنوك الصغيرة ويمكن تلخيصها فيما يلي:

1- عمل البنوك على تطوير الثقافة المعلوماتية:

إن نضج الوعي لدى الزبون بالنسبة للعمل المصرفي الحديث وخاصة الإلكتروني يحتاج إلى وقت ليس بالقصير - ويعتقد أنه على المدى القريب و المتوسط – إذ أن العمل المصرفي الإلكتروني سيكون مقتصرا على المصارف الكبرى وشريحة من الزبائن – الطبقة التي تمتلك ثقافة معلوماتية – وهذا من شأنه أن يكرس نوعين من الزبائن زبائن المصرفي الإلكتروني الفوري وزبائن المصرف التقليدي.

أما في المدى الطويل فإن نمو ثقافة المعلوماتية وخاصة الأنترنيت وتطور بيئة العمل المصرفي سيلعب دورا كبيرا في إنضاج وعي الزبائن والعاملين في المصارف بأهمية التحول نحو الصيرفة الإلكترونية وما ينتج عليها من فوائد .

2- الحاجة إلى الإستثمارات الكبيرة في المجال التقني:

إذ أن المصارف التي تسعى بإتجاه الصيرفة الإلكترونية عليها أن تدرك أهمية وضرورة الإستثمارات الضخمة في الأنظمة المعلوماتية وإعتماد التقنية الحديثة في مجال الإتصالات وتطوير الشبكات الداخلية والخارجية وكذا وسائل الحماية والأمان.

3- عمل البنك على التوفيق بين التحديات الناجمة عن إدخال التطورات التكنولوجيا :

إن التكنولوجيا الحديثة في المصارف تطرح تحديين، الأول المنافسة مع المصارف الأجنبية العاملة في الخارج والثانية مواجهة الأخطار التي قد يتحملها المصرف عند تبنيه هذه التكنولوجيا .

4- على السلطة التشرعية أن تضع تنظيم أو تضع قانونين تتعلق بالخدمات الحديثة وخاصة الإلكترونية وكيفية التعامل بها ويتعين على هذا التنظيم أن يحتوي على حقوق وإلتزامات الأطراف المختلفة وخاصة في ما يخص النقود الإلكترونية وكذا تحديد بشكل واضح الشروط والضمانات التي تكفل وتضمن مقدرة المصرف على إدارة المخاطر الناشئة عنها .

5- التدريب المستمر للعاملين في المصارف :

على البنوك العمل بإستمرار من أجل تكوين موظفيه،

وتكثيف الدورات التكوينية من أجل التحكم في التقنيات المصرفية والمالية الحديثة وخاصة الإلكترونية .لأن الخدمات المصرفية الحديثة تحتاج إلى ثقافة معلوماتية عالية من أجل التحكم في المخاطر الناتجة عنها .

6- الإهتمام بالدراسات والأبحاث الحديثة خاصة في المجال الإلكترونية ومحاولة إدراك النتائج الإيجابية الناجمة عن التعامل بها وإدخالها ضمن التعاملات البنكية .

7 - تخوف البنوك من تبني الخدمات الإلكترونية :

ينظر الخبراء على أن الصيرفة الإلكترونية عنصر هام في الحفاظ على العملاء إلى أمد طويل من جانب وتحقيق هوامش ربح متزايدة في ظل الطلب الكبير الذي تشهده هذه الخدمات من جانب أخر. وعلى الرغم من أن المصارف تدرك هذه الحقيقة إلا أنه يوجد هناك العديد من البنوك وخاصة الصغرى مترددة في تبني الخدمات المصرفية المباشرة عبر الأنترنيت وهذا يرجع للمخاطر المختلفة الناتجة عن التعامل بواسطتها

وفي الأخير بعد هذه الدراسة يمكن القول بأن التطورات والتغيرات الإقتصادية من عولمة، إنفتاح الأسواق العالمية والتوجه نحو الإقتصاد الرقمي سيكون له أثار كبير على البنوك الصغيرة وبالأخص البنوك العربية، لذا من الضروري على هذه الأخيرة أن تنتهج سياسة التوجه بإستمرار نحو الأفضل للحفاظ على مكانتها أو التوجه نحو سياسة الإندماج المصرفي أو الدخول تحت ظلال شركات قابض وتحقيق إستراتيجية البنك الشامل وهذا للحفاظ على مكانتها المصرفية، وبالتالي فإنه من المحتمل أن تكون أغلب البنوك الصغيرة تعمل تحت ظلال البنوك والمؤسسات الكبرى فهل سيستمر هذا الإكتساح أم ستجد البنوك الصغرى مجالات أخرى تساعدها على الصمود أمام الكينات الكبرى؟ وهل ستسود الصيرفة الإلكتروني في المدى الطويل أم تخوف المتعاملين منها يجعل مستقبلها مظلم وغير ظاهر ؟.

تبقى الإيجابة على هذه التساؤلات مجال بحث خصب لدراسة اللاحقة، كما تعتبر مجال لمختلف الباحثين والمهتمين بالموضوع .

النتائج والتوصيات :

إن البنوك تسعى جاهدة إلى تطوير خدماتها المصرفية من خلال إدخالها تقنيات حديثة تضمن لها تقدمها بجودة عالية ودقة وسرعة في الأداء كما أنها تحقق رضا المتعاملين وتحول رضاهم إلى ولاء دائم، وذلك إما بشكل مستقل أو من خلال بناء تحالفات استراتيجية مع بنوك كبرى أو مع شركات شقيقة والهدف من ذلك تحقيق استقرار البنك والمحافظة على مكانته المصرفية في ظل التغيرات الإقتصادية المستمرة من عولمة وإنفتاح إقتصادي ومواكبتها .

ولقد حققت البنوك العديد من النتائج نتيجة توجهاتها الحديثة في مجال تقديم خدماتها المصرفية يمكن تلخيصها فيما يلي :

1- زيادة القيمة المالية للبنك من خلال تحقيق نمو دائم ومتصاعد ومستديم في الربحية و معدلات العائد على حقوق الملكية والموجودات، مع التركيز باستمرار على الاحتفاظ بكفاءة مالية عالية تنسجم مع النسب والمعايير الدولية المعتمدة(التي حددتها لجنة بازل).

2- التعامل بكفاءة مع التطور السريع والهائل لعدد حسابات العملاء في البنوك وذلك من الناحية المحاسبة وعدم زيادة الموظفين مع تحقيق سرعة في إنجاز وتقديم الخدمات المصرفية.

3- تحرير العملاء من قيود المكان و الزمان، إذا أنه كان يتم التعامل مع العملاء في البنوك وداخل مقرها وفي مواعيد العمل الرسمية، في حين أصبح الآن بوسع كل العملاء التعامل في أي وقت ودون الحاجة إلى التنقل، من خلال تقنية الخدمات المصرفية المنزلية والتي يتم تقديمها بإستعمال قنوات التوزيع الالكترونية المتمثلة أساسا في الهاتف ،المنتال ، الأنترنيت والتلفزة الرقمية .

4- تحسين مستوى جودة الخدمة المصرفية باعتبارها ميزة نسبية تمكن البنك من توظيفها في الاتجاه الذي يعزز مكانته المالية في السوق النقدي.والاستمرار في ترسيخها وادخالها على مختلف جوانب الأداء المصرفي.

5- تشجيع البنوك من أجل إستحداث خدمات مصرفية واستثمارية تنسجم مع اتجاهات السوق وتواكب المستجدات في الأسواق المالية والنقدية ، خاصة وأن العملاء أصبحوا أكثر دراية بما يحدث في السوقين وبالتالي أصبح صعب على البنك إقناع العميل بأن الأسعار تنافسية وهذا لأنه يستطيع الحصول على كل الأسعار بسرعة عالية ومن كل الأماكن بسبب ثورة المعلومات والاتصالات التي تتيحها التقنيات خاصة استعمال شبكة الأنترنيت .

6- العمل بإستمرار على تطوير استراتيجية تأهيل القوى والموارد البشرية، لتكون مستندة على مفهوم متطور وجديد من أجل تعزيز الكفاءة الإدارية والإنتاجية وتوفير موارد بشرية مؤهلة مع التركيز على

تنويع النشاط التدريبي ليكون منسجما مع متطلبات العمل المصرفي الحديث ويساعد كذلك في تقـديم خدمات تضاهي مثيلاتها من الدول الأخرى .

7- تدعيم وتعزيز الكفاءة الانتاجية لتحقيق وفورات وترشيد النفقات والمصاريف الإدارية مـن خـلال تخفيض تكاليف التشغيل التي تنعكس إيجابنا على معامل الإستغلال، ويتم ذلـك مـن خـلال تطـوير وتسهيل إجراءات تقديم الخدمات وكمثال على ذلك إدخال الصيرفة الإلكترونية .

8 - توسع مجال الاستثمار في التكنولوجيا المصرفية وتوظيفها بهدف تحسين مستوى أداء الخدمة، من خلال إدخال التقنيات المصرفية الحديثة وخاصة الإلكترونية وما لذلك من أثار على الخدمة وعلى البنك ككل.

9- تدعيم القدرات التنافسية خاصة بعد أن أصبحت المنافسة لا تقتصر على الاقتصاديات الوطنية بـل اكتسبت أبعادا دولية قانونية في ظل تحرير تجارة الخدمات التي برزت بقوة في الفترة الأخيرة خاصة بعد التطورات التي عرفتها التجارة الالكترونية و دخول المؤسسات المالية غير المصرفية والمؤسسات غير المالية مجال التعامل بالأدوات الالكترونية، وبالتالي فالبنك الـذي لا يسـتطيع التطـوير علـى المستويين السابقين سيترك الأرضية لغيره من البنوك .

10- زيادة الحصة السوقية للمصرف من مختلف الخدمات المقدمة ومحاولة تجسيد الثقافة البيعية التـي تقيم نتائجها على أساس الايرادات والفوائد والحصة السوقية التي يحققها البنك،

11- تخفيض المخاطر المختلفة التي يتعرض لها البنك و المتعاملين معه خاصة فـي ظـل الخـدمات الالكترونية، ويتم ذلك من خلال توجه البنك نحو سياسة التنويع والبحث عن مجالات استثمارية تـرى فيها نمائه وبقائه بالإضافة ألى حصوله على الأرباح ، أضف إلى ذلك إدخاله الأنظمـة الإلكترونيـة الحديثة التي تمتاز بدرجة عالية من الأمان في التعامل.

12- إكتساب خبرات متعددة في مجالات غير مصرفية من خلال تعامل البنك مع الشركات الشـقيقة وإقتحامه الأسواق المالية خاصة البورصة بالإضافة الى تطبيقه لسياسة البنك الشامل.

14- تلبية حاجات ورغبات العملاء من خلال عـرض البنـك المسـتمر للخـدمات التـي تتماشـى والتطورات الحاصة في كل المجالات وخاصة التكنولوجيا ، المعلوماتية و الإتصالات .

15- تقديم خدمات للعملاء لم تكن معروفة من قبل، كما أتاحت لهم الإستفادة من فرص أفضل لتوظيف أموالهم أذ أنهم أصبحوا أكثر وعيا ودراية بما يجري في مختلف الأسواق المالية والنقدية وبالتالي مـن الصعب على البنوك إقناع عملائها بأن أسعارها تنافسية وهذا كله بسب الثورة التكنولوجية التي وفرت للعميل السبل المختلفة في الحصول عن المعلومة من خلال قنوات الإتصال عن بعـد المتمثلـة فـي الهاتف، المنتال ، التلفزة الرقمية و الأنترنيت .

16- الزيادة في حجم الخدمات المقدمة -وهذا كما رأينا في الفصل الأخير - كما تساعد على خفض عدد موظفي البنك من خلال إدخال التقنية الحديثة .

17- تخوف البنوك من تبني الخدمات الإلكترونية :

ينظر الخبراء على أن الصيرفة الإلكترونية عنصر هام في الحفاظ على العملاء إلى أمد طويل من جانب وتحقيق هوامش ربح متزايدة في ظل الطلب الكبير الذي تشهده هذه الخدمات من جانب أخر. وعلى الرغم من أن المصارف تدرك هذه الحقيقة إلا أنه يوجد هناك العديد من البنوك وخاصة الصغرى مترددة في تبني الخدمات المصرفية المباشرة عبر الأنترنيت وهذا يرجع للمخاطر المختلفة الناتجة عن التعامل بواسطتها.

- على الرغم من النتائج العظيمة التي حققتها البنوك من توجهاتها الحديثة في مجال تقديم الخدمات المصرفية إلا أنها واجهت العديد من الصعوبات وخاصة البنوك الصغيرة، لذا فإننا سننهي هذه الدراسة بإعطاء بعض التوصيات التي قد تساعد ها في مواكبة التطورات الحاصة وخاصة التوجه نحو الإقتصاد الرقمي الحديث ، ويمكن تلخيصها فيما يلي:

1- عمل البنوك على تطوير الثقافة المعلوماتية:

إن نضج الوعي لدى الزبون بالنسبة للعمل المصرفي الحديث وخاصة الإلكتروني يحتاج إلى وقت ليس بالقصير - ويعتقد أنه على المدى القريب و المتوسط – إذ أن العمل المصرفي الإلكتروني سيكون مقتصرا على المصارف الكبرى وشريحة من الزبائن – الطبقة التي تمتلك ثقافة معلوماتية – وهذا من شأنه أن يكرس نوعين من الزبائن زبائن المصرفي الإلكتروني الفوري وزبائن المصرف التقليدي.

أما في المدى الطويل فإن نمو ثقافة المعلوماتية وخاصة الأنترنيت وتطور بيئة العمل المصرفي سيلعب دورا كبيرا في إنضاج وعي الزبائن والعاملين في المصارف بأهمية التحول نحو الصيرفة الإلكترونية وما ينتج عليها من فوائد .

2- توسيع الإستثمارات في المجال التقني:

إذ أن المصارف التي تسعى بإتجاه الصيرفة الإلكترونية عليها أن تدرك أهمية وضرورة الإستثمارات الضخمة في الأنظمة المعلوماتية وإعتماد التقنية الحديثة في مجال الإتصالات وتطوير الشبكات الداخلية والخارجية وكذا وسائل الحماية والأمان.

3- عمل البنك على التوفيق بين التحديات الناجمة عن إدخال التطورات التكنولوجيا :

إن التكنولوجيا الحديثة في المصارف تطرح تحديين، الأول المنافسة مع المصارف الأجنبية العاملة في الخارج والثانية مواجهة الأخطار التي قد يتحملها المصرف عند تبنيه هذه التكنولوجيا .

4- إدخال قوانيين وتشرعات تنظم التعامل في الخدمات المصرفية الحديثة :

على السلطة التشرعية أن تضع تنظيم أو قانونين تتعلق بالخدمات الحديثة وخاصة الإلكترونية وكيفية التعامل بها ويتعين على هذا التنظيم أن يحتوي على حقوق وإلتزامات الأطراف المختلفة وخاصة في ما يخص النقود الإلكترونية وكذا تحديد بشكل واضح الشروط والضمانات التي تكفل وتضمن مقدرة المصرف على إدارة المخاطر الناشئة عنها .

5- التدريب المستمر للعاملين في المصارف :

على البنوك العمل بإستمرار من أجل تكوين موظفيه، وتكثيف الدورات التكوينية من أجل التحكم في التقنيات المصرفية والمالية الحديثة وخاصة الإلكترونية التي تحتاج إلى ثقافة معلوماتية عالية من أجل التحكم في المخاطر الناتجة عنها .

6- إستغلال الكفاءات الموجودة في البنك والقادرة على الإبتكار المعتمد على المؤشرات المتنوعة والملائمة خاصة في مجال التسويق وكذا التحكم في المخاطر .

7- العمل بمبادئ لجنة بازل للرقابة المصرفية من خلال معايير كفاءة رأس المال .

8- الإهتمام بالدراسات والأبحاث الحديثة خاصة في المجال الإلكترونية ومحاولة إدراك النتائج الإيجابية الناجمة عن التعامل بها وإدخالها ضمن التعاملات البنكية .

وفي الأخير بعد هذه الدراسة يمكن القول بأن التطورات والتغيرات الإقتصادية من عولمة، إنفتاح الأسواق العالمية والتوجه نحو الإقتصاد الرقمي سيكون له أثار كبير على البنوك الصغيرة وبالأخص البنوك العربية، لذا من الضروري على هذه الأخيرة أن تنتهج سياسة التوجه بإستمرار نحو الأفضل للحفاظ على مكانتها أو التوجه نحو سياسة الإندماج المصرفي أو الدخول تحت ظلال شركات قابض وتحقيق إستراتيجية البنك الشامل وهذا للحفاظ على مكانتها المصرفية، وبالتالي فإنه من المحتمل أن تكون أغلب البنوك الصغيرة تعمل تحت ظلال البنوك والمؤسسات الكبرى فهل سيستمر هذا الإكتساح أم ستجد البنوك الصغرى مجالات أخرى تساعدها على الصمود أمام الكينات الكبرى؟ وهل ستسود الصيرفة الإلكتروني في المدى الطويل أم تخوف المتعاملين منها يجعل مستقبلها مظلم وغير ظاهر ؟.

تبقى الإيجابة على هذه التساؤلات مجال بحث خصب لدراسة اللاحقة، كما تعتبر مجال لمختلف الباحثين والمهتمين بالموضوع .

الفهرس

قائمة الأشكال البيانية

قائمة الرموز المستعملة

الرمز	المرادف باللغة الأجنبة	المرادف اللغة العربية
PIN	Personal identify Number	الرمز الشخصي أو السري
GAB	Guichet Automatique de Banque	الشباك الآلي البنكي
DAB	Distributeur Automatique de Billet	والموزع الآلي للنقود
E.F.T	Electronic Funds Transfers	نظام التحويل الإلكتروني للأموال
ETE	Electronic Terminal Equipment	جهاز إلكتروني طرفي
EFTPOS	Electronic Fund Transfer at Pointy Sal	تحويل الأموال إلكترونيا في موقع البيع
IMT	International Money Transfer	بتحويل نقدي خارجي
SWIFT	Scociety for Worldwid Interbank financial Telecommunication	
BBL	Bolero Bill Of lading	ببوليصة إلكترونية
SET	Secure Electronic Transaction	التعاملات الالكترونية الآمنة
P.M.E	Le Port Monnaie Electronique	محفظة النقود الإلكترونية
P.M.V	Le Port-Mannaie Virtuel :	محفظة النقود التقديرية
CIB	La Carte Interbancaire de Retrait	بطاقة سحب ما بين البنوك
RTA	Réseau Télécoms d'Algiers	شبكة الإتصالات الجزائرية
EMV	Europay , MASTERCARD, VISA	فيزا، ماستركارد، أوروبي
CLCA	Caisses Locales de Credit Agricole	الصندوق المحلي للقرض الفلاحي
CNCA	Caisse Nationale de Credit Agricole	الصندوق الوطني للقرض الفلاحي
CRCA	Les Caisses Régionales de Credit Agricole	الصناديق الجهوية للقرض الفلاحي
CSP	Le Compte-Service Professional	حساب الخدمات المحترفة أو المهنية
CSO	Compte-Service Optimum	حساب الخدمات المثلى
CEL	Compte Epergne Logement	حساب الإدخار السكني
CSL	Compte Sur livret	حساب على الدفتر
TPE	Terminaux de Paiement Electronique	طرفيات الالكترونية للدفع
Moneo	La carte d'un porte-monnaie électronique	بطاقة المحفظة النقدية الإلكترونية
RIB	(Relevé D'identité Bancaire	كشف الهوية البنكية
LPP	Livret d’Epargne Populaire	دفتر التوفير الشعبي

دفتر متعدد الخدمات الشباب	livret Jeune Mozaic	**lJM**
حساب متعدد الخدمات	Compte Service Mozaic	**CSM**
سداد الفواتير بالهاتف	Pay By phone	**PBP**
شبكة البطاقات الممغنطة مابين البنوك	Réseau Monétique Interbancaire	**RMI**
مركز البحث وتسيير الإعلام التقني	Centre de Recherche sur l'information scientifique et technique	**CERIST**
بنك عن بعد المتعدد القنوات	Banque à Distance Multicanal	**BDM**
التحويل نقدي الدولي	International Money Transfer	**IMT**
أمر السحب القابل لتداول	Negotiable Orders of withdrawal	**NOW**
التحويل نقدي خارجي	International Money Transfer	**IMT**
شبكة المعلومات العالمية	World Wide Web	**WWW**
مركز التحويل العالمي	Global Switching Centre	**GSC**

قائمة المراجع :

الكتب :

الكتب باللغة العربية

1 - :مجدي محمود شهاب ، ،**اقتصاديات النقود والمال (النظرية والمؤسسات النقدية)**،دار الجامعية الجديدة،2002,

2- د/ منير ابراهيم الهندي ، **إدارة البنوك التجارية ، مدخل اتخاذ القرار** – الطبعة 3 ، مركز دالتا للطباعة ، الإسكندرية ، 1996.

3- د/. عبد المطلب عبد المجيد ، **البنوك الشاملة عملياتها وإدارتها** ، الدار الجامعية، الإسكندرية 2000 .

4- الطاهر لطرش ،**تقنيات البنوك** ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر الطبعة 2 ،2003,

5- د/ بوعتروس عبد الحق ، **الوجيز في البنوك التجارية (عمليات ، تقنيات ، تطبيقات)**، بدون دار نشر قسنطينة ،2000

6- د/ منير إبراهيم الهندي ، **الفكر الحديث في مجال التمويل**،الجزء الأول ، بدون ناشر ، 1999

7- د/ صبحي تادريس قريصة ومدحت محمود العقاد ، **النقود والبنوك والعلاقات الإقتصاد الدولية** دار النهضة العربية ،1963

8- .د/ حسين توفيق ، **التجارة الخارجية (دراسة تطبيقية)**، دار النهضة العربية- القاهرة 1998

9- صلاح الدين حسن السيسي ، **القطاع المصفي والإقتصاد الوطني (القطاع وغسيل الأموال)** ، عالم الكتب ، بدون سنة

10- عاطف السيد ، **الجات والعالم الثالث** ، مطبعة رمضان ، الإسكندرية ، 1999

11- د/. محمود أبو العيون ، **تحرير التجارية الدولية في الخدمات بين الطموحات والواقع** ، مؤتمر انعكاسات دورة أوروجواي على الدول العربية ، قسم الإقتصاد ، جامعة القاهرة ، 1996

12- د/ .طارق عبد العال حماد : **التطورات العالمية وانعكاساتها على أعمال البنوك** – الدار الجامعية الإسكندرية، 1999

13- . فلاح حسن الحسيني، مؤيد عبد الرحمن الدوري، **إدارة البنوك (مدخل كمي واستراتيجي معاصر)**، دار وائل للنشر، 2000،

14- د/ محمد عبد الحليم عمر، **الجوانب الشرعية والمصرفية والمحاسبية لبطاقات الائتمان**.ايتريك للنشر والتوزيع ،1998

15- زياد رمضان، محفوظ جودة، **الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك**، دار وائل للنشر، 2000،

16- رأفت رضوان ، **عالم التجارة الإلكترونية** ، القاهرة ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، 1999

17- د/ مدحت صادق ،**أدوات وتقنيات مصرفية** ،دار غريب للطباعة والنشر ،القاهرة ،2001.

18- أعمال المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق ،**الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية** ،الجزء الأول –الجديد في التقنيات المصرفية -،منشورات الحلبي الحقوقية بيروت ،2002

19- أعمال المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق ،**الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية** ،الجزء الثاني –الجديد في التمويل المصرفية -،منشورات الحلبي الحقوقية بيروت ،2002

20- أحمد محمود أحمد ،**تسويق الخدمات المصرفية** ،الطبعة الأولى،دار البركة للنشر والتوزيع ،عمان ،2001

21- د/ .محمد سعيد عبد الفتاح ،**التسويق** ،دار النهضة العربية للطباعة والنشر ،بيروت ،1983

22- . د/ عوض بدير الحداد ، **تسويق الخدمات المصرفية** ، البيان للطباعة والنشر الطبعة الأولى ، 1999

23- عبد السلام أبو تحف ، **التسويق وجهة نظر معاصرة** ، الطبعة الأولى ، مكتبة الشعاع 2001 ، ص 438.

24- د/ عبد المطلب عبد الحميد ،**العولمة و اقتصاديات البنوك** ، الدار الجامعية 2001 ، ص 109.

الكتب باللغة الفرنسية :

1- Michel badoc , **Bertrand lavyassière, Emmanuel copin @ marketing de la banque et de l'assuranc**e, édition d'organisation ,2000

2- Lueberner Rollan ;;**la banque et vous-100répons es a vos questions** première édition ,prat ;1999 France

3 - A Benhlima **,pratique des techniques bancaires** ;éditions dahleb; alger; 1997

4- Farouk Bouyacoub **,l'entreprise &le financement bancaire** ,édition casbah, Alger,2001

5- J.P Bernadet, A bouchez, S. pihier, **précis de marketing**, serie nathan, 1996

6 - Kamal c ,**les credit documentaires ,**édition grand –alger –livres ,1994

7 - J.Y Saulquin et CH d'arcimoles , **Gestion financière** , vuibert , paris ,1993

8- Ammeur Benhalima , ,**pratique des techniques bancaires** , éditions dahleb , Algérie 1997

الكتب باللغة الانجليزية:

1 - Philip kotler, **Marketing Management : Analysis, planing inplementation, and control**, 8th ed, Englewood cliffs, 1994,

2- Frazer;Patrick ;**plastic and electronic money,** ;woodhead;faulkner;cambridge;1995

3- Good Barbara, **Will Electronic Money Be Adopted in the united states**, Federal reserve bank of Cleveland working paper, 1998,

4- Beutsche , **recent developments in electronic money**, deutshe ban des bank monthly report, 1999,

5- SRIVASTAVA(L) and Mansell R, electronic cash and the innovation process:A user paradigm ;university of sussex ,spru no 23 march 1998.

5- Cept f , Report of the Consumer Electronic Payments , Task Force, April 1998, site : http://www.occ.treas.gov/netbank/ceptfrpt.pdf

7- NADLER P ,**commercial banking in the economy** , 3re ed ,new york ; random house , 1979

8- Rose p, kolari, j Fraser , **Financial institution** , 4th ed , Boston ,1993

المذكرات :

-المذكرات باللغة الفرنسية:

1- PIFFARETTI N), **Monnaie electronique, monnaie et intermadiatiation bancaire**, thèse université de Fribourg (Souisse) Juillet 2000

2- Srivastava Z and Mansell. R, **Electronic cash and the innovation process**, a user paradigm University of susex, SP Ru n° 23, march 1998,

3- ALI ELIDRISSI, **l'influence des technologies de l'information et de la communication sur les structures et le fonctionnement des banques**, universiter de nice sophia, , 2002

4- François barboux,: **lestatut barboux en question –cas de credit agricole-,** UNIVERSITE,,RENE,DESCARTES,PARIS,*2000*

http://www.infotheque.info/ressource/1290.html

مذكرة باللغة الانجليزية :

1- /Srivastava (L) and manselle R, **electronic cash and the in novation. Proce**ss a **used paradigm university of sussese**, SPRU, no23, march 1998

المجلات :

المجلات باللغة العربية :

1- ، مداخلة كل من د. كمال رزيق ; فارس ، مجلة الإقتصاد المجتمع، العدد120 ، سنة 2002

2- الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية ،مجلة الدراسات المالية والمصرفية ، المجلد العاشر ، العدد الأول سنة 2002

3- بنك الإسكندرية ، الشنرة الإقتصادية ، إدارة البحوث الإقتصادية لبنك الإسكندرية ، المجلد 34 ، 2002 .

المجلات باللغة الفرنسية :

1 - Jean luc Pothet, pascal Blanqué et Danielle blanqué , **Banque et nouvelle technologie**s ; Horizone bancaire, N° 316 fevrier 2003, P34.

2- Plamondon A : le paiement électronique sur l'internet, 17 october, 1996

3- good Barbara, **will Electronic money be adopted in the united states?** Federal reserve bank of Cleveland working paper: N° 98/22,

4- BADR infos, N° 33, Mars –Avril 2003,

5 - BADR INFOS; revue bimestrielle N39 ;2004

6 - BADR,revue N22 ,2eme trimestre 1998 .

7 - BADR,revue N14,2eme trimestre 1996

8- BADR,revue N 19, 3eme trimestre 1997

9 - BADR INFOS ,revus bimestrielle d'information N35 ;juillet –aout 2003.

10- BADR INFOS,N1, janvier 2002.

11- Sitruk.H, Cyber- commdiffuse sa solution de paiement sécurisé banque magazine, N° 618, Octobrer 2000

12- Horizon Bancaires , la consolidation du système bancaire français, N324 mars 2005

13- Horizon bancaires , la consolidation du système bancaire français N324 , mars 2005 , p 38

مقالات من الأنترنيت

المواقع باللغة العربية :

1 -إدريس إسماعيل الطشاني، نشرة التجارة والتنمية ، 2004/04/25،العدد 34 ،الموقع : http://www.newsofcd.com/

2 - رياض بواعنة ، الإنترنيت المصرفي أسرع وأسهل وأكثر أمان ، باب المقال ، 2004/05/25 ،الموقع على الإنترنيت :

www.bad.com.sa/articles/Full-article.cem?id=8399

3- بدون مؤلف ،مقال بعنوان البنوك الإلكترونية ، الموقع :

www.arablaw.org/downlaod/EBanking.doc

4- مؤسسة النقد العربي السعودي ،موجز الدليل الارشادي لأمن الخدمات المصرفية عبر الأنترنيت ،ماي 2001،الموقع: http://www.sama-ksa.org/ar/control/procedure/sersecinternet.htm

5- جاسر سنوسي ، نشرة التجارة والتنمية ، الجرائم الإلكترونية ، الموقع :

http://www.newsofcd.com/page.asp?page=257

6- جاسر سنوسي ، بنك التجارة والتنمية ، العدد 29 ، تاريخ الإطلاع 2004/01/05 ، مفهوم العمل المصرفي الإلكتروني ، الموقع : http://www.bankofcd.com

7- بدون مؤلف ، الضوابط و الرقابة للعمليات المصرفية الالكترونية وإصدار وسائل دفع لنقود الكترونية ، الموقع: http://www.e-dar.com/law/law_18.htm

8- بدون مؤلف – ماذا تعرف عن نظام سويفت ، نشرة التجارة والتنمية ، العدد 1 ، 2003/12/14 ، الموقع : www.bankofcd.com.

9 - بدون مؤلف، سويفت بوابة جذب المستثمرين ،العدد126، 2003 ،الموقع:

http://ik.ahram.org.eg/IK/ahram/2003/6/16/INVB1.HTM

10 - مؤسسة النقد السعودي ، دراسة ميدانية للوطن، هل ستصبح أكثر استخداما سوق البطاقات الائتمانية ... في السعودية، مجلة الوطن، العدد 190 سنة أولى، السبت 7أفريل2001.الموقع:

http://www.mafhoum.com/phpprw/review_view.php?prid=41&langW=4

11- بسام نور، النقد الالكتروني ، القيمة المخزنة وأنظمة بطاقة السحب، 5 يوليو 2002 الموقع:

http://www.c4arab.com/showac.php?acid=37

12 - بدون مؤلف ، نقود الإنترنيت هل تكون بديل النقد العادي ؟ ، الموقع :

http://www.itep.co.ae/itportal/arabich

13- الهيئة العليا لتطوير مدينة الرياض ، النقود الإلكترونية ، 2003 ، الموقع :

http://www.arriyadh.com/Economic/LeftBar/Researches/-----------------------------------.doc_cvt.asp

14- بدون مؤلف ، خمسة تريليونات دولار حجم التجارة الإلكترونية عالميا عام 2005 - . دراسات وأبحاث ، الموقع :

http://www.egovs.com/egovs_webo2/news.php?main=7&detailsid=17 ،

15- مصرف التجارة والتنمية ، إقتصاد تقنية المعلومات والتجارة الإليكترونية في العالم ، مجلة إتحاد المصارف العربية ، العدد 255 ، 2002،

http://www.newsofcd.com/list_all.asp

16- بنك التجارة والتنمية ، ترويج الخدمات المصرفية ، الموقع : http://www.newsofcd.com/

17- جاسر سنوسي ، الجرائم الإلكترونية ، نشرة التجارة والتنمية ، الموقع :

http://www.newsofcd.com/page.asp?page=257

18- - بدون مؤلف، ما هي الخدمات المصرفية عبر الإنترنيت ؟ موقع :http://www.arabbank.ps/inner.asp?item=7&mtitle=1

مواقع باللغة الفرنسية :

1-Jérôme Baumgarten , Nicolas descamp- la carte à puce-, 2002, p7, sit

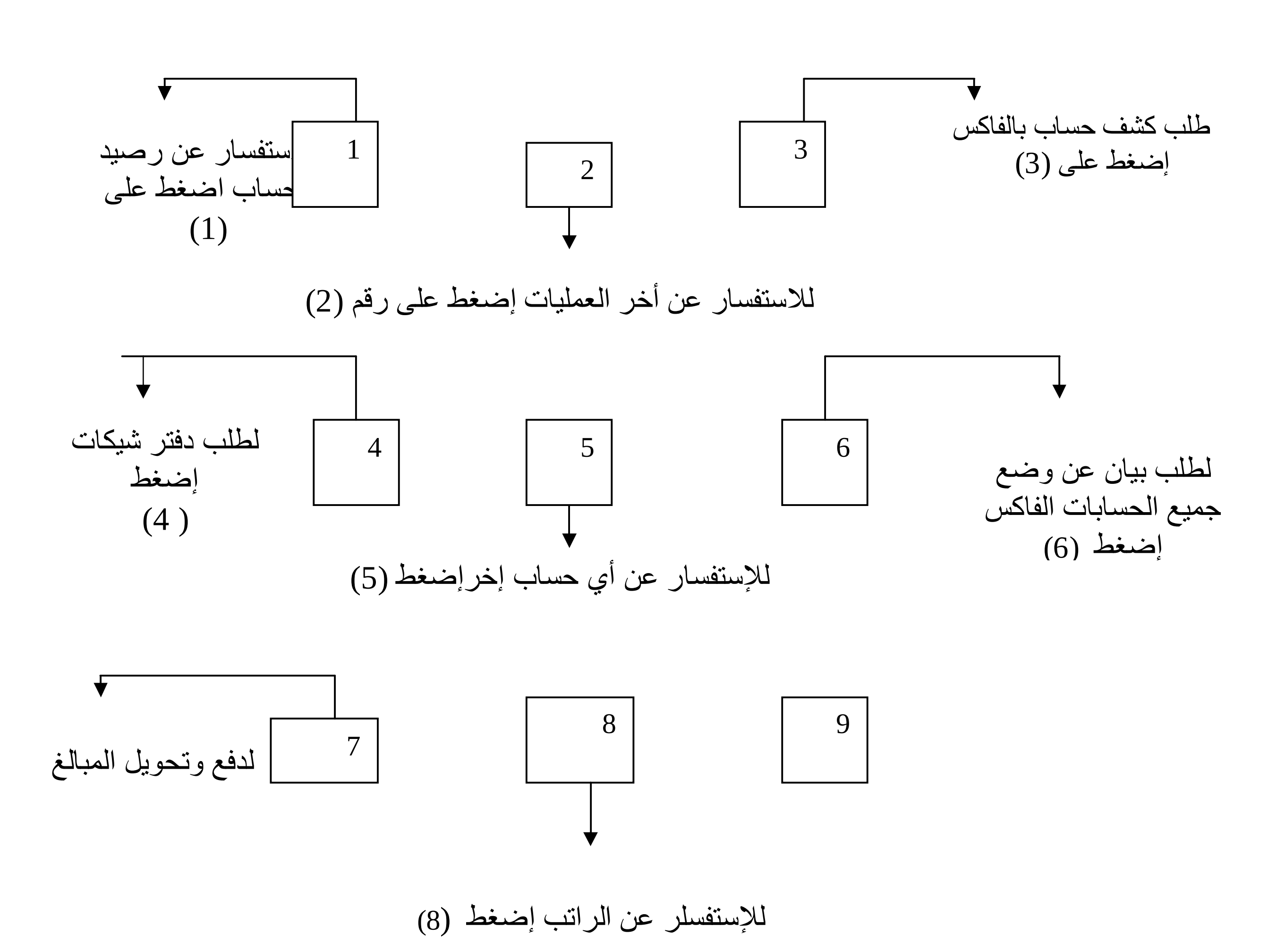
http://tpe.camarades.free.fr/tpe.pdf

2 -Banque de France, direction des système de paiement, 2004, sit :

http://www.banque-france.fr/fr/sys_mone_fin/telechar/stats/cbpaiements.pdf

ملحق رقم 01

خطوات الإستفسار عن الحساب وبعض الخدمات عن طريق الهاتف[1]



كما يمكن للمتعامل مع البنك الإستفسار عن القروض وخدمات البطاقات المصرفية وغيرها من الخدمات

[1] -بدون مؤلف ، **هاتفية منك الخدمة على بعد مكالمة** ، الموقع :
http://www.abk-kuwait.com/arabic/tel000a.html